

Mohammed ElHajji
Camila Escudero

 Webdiáspora.br

▪ Migrações, TICs e
identidades transnacionais
no Brasil



No mundo atual, processos migratórios não podem mais ser compreendidos somente em termos de rupturas com a sociedade de origem e integrações no território de acolhida. Isso porque antigas diásporas e novos imigrantes dispõem, hoje, de sofisticadas tecnologias de informação e comunicação (TICs) que não apenas permitem a manutenção de laços identitários e afetivos, mas também viabilizam e incentivam a construção de novos vínculos e quadros comunitários, tanto no plano local como no transnacional. Essa relação entre deslocamentos humanos e TICs, em especial a Internet, vem chamando a atenção dos estudiosos do campo das Migrações Transnacionais e da Comunicação Social, contribuindo para o desenvolvimento da ideia de webdiáspora. O conceito é utilizado para definir espaços virtuais construídos na Web, de e para imigrantes (sites, blogs, fóruns, comunidades e páginas próprias inseridas em redes sociais etc.), que vão muito além de características funcionais para a troca de informações pontuais, caracterizada pela agilidade e abrangência. Ao envolver aspectos midiáticos mais amplos de ordem intercultural e multiterritorial, acabam por servir como recurso para interação e compartilhamento dos vínculos sociais, no qual os fluxos informacionais são capazes de construir não só uma identidade diaspórica, mas por participar da negociação de direitos cidadãos e garantir a emergência de uma cidadania global. Diante desse cenário e atentos para o crescimento desse fenômeno no Brasil com grupos de imigrantes estrangeiros que aqui se fixam, colocamo-nos a seguinte questão: Que usos os imigrantes e comunidades diaspóricas presentes no Brasil fazem da internet? É justamente essa a pergunta que a presente pesquisa tenta responder.



Webdiáspora.br

Mohammed ElHajji
Camila Escudero

Webdiáspora.br

Migrações, TICs e identidades transnacionais no Brasil

Equipe de Pesquisa

Amanda Rezende Lopes
Ana Carolina Calenzo
Anna Carolina Düppre
Beatriz Araújo
Brunna Arakaki
Carlos Eduardo Barros
Clara Almeida
Clara Wardi
Daniel Salgado
Edinelson Marinho
Irene Niskier
Iris Figueiredo Costa
Paloma Silbar
Pedro Leite
Thais Batista
Victor Soriano



Diagramação: Marcelo A. S. Alves

Capa: Carole Kümmecke - <https://www.behance.net/CaroleKummecke>

Revisão: João Paulo Rossini Teixeira Coelho

O padrão ortográfico e o sistema de citações e referências bibliográficas são prerrogativas de cada autor. Da mesma forma, o conteúdo de cada capítulo é de inteira e exclusiva responsabilidade de seu respectivo autor.



Todos os livros publicados pela Editora Fi estão sob os direitos da [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.pt_BR) https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.pt_BR



Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

ELHAJJI, Mohammed; ESCUDERO, Camila.

Webdiáspora.br: migrações, TICs e identidades transnacionais no Brasil [recurso eletrônico] / Mohammed ElHajji; Camila Escudero -- Porto Alegre, RS: Editora Fi, 2020.

304 p.

ISBN - 978-65-87340-05-0

Disponível em: <http://www.editorafi.org>

1. Migrações; 2. TICs; 3. Identidades; 4. Cultura; 5. Brasil; I. Título.

CDD: 306

Índices para catálogo sistemático:

1. Sociedade 306

Sumário

1	11
Introdução	
2	16
Apontamentos teóricos	
2.1. Sujeitos e redes virtuais.....	16
2.2. Conceitualizações.....	18
2.3. Internet <i>versus</i> Imigração	20
2.4. Webdiáspora	22
3	25
Webdiáspora Africana	
3.1. Contexto histórico da imigração.....	25
3.2. Mapeamento	28
3.3. Análise.....	41
3.4. Considerações finais.....	45
4	50
Webdiáspora Portuguesa	
4.1. Contexto histórico da imigração.....	50
4.2. Mapeamento	53
4.3. Análise	66
4.4. Considerações finais.....	68
5	70
Webdiáspora Alemã	
5.1. Contexto histórico da imigração.....	70
5.2. Mapeamento.....	74
5.3. Análise.....	91
5.4. Considerações finais.....	93

6.....	95
Webdiáspora Italiana	
6.1. Contexto histórico da imigração.....	95
6.2. Mapeamento	98
6.3. Análise.....	125
6.4. Considerações finais.....	128
7.....	131
Webdiáspora Muçulmana	
7.1. Contexto histórico da imigração.....	131
7.2. Mapeamento.....	134
7.3. Análise.....	151
7.4. Considerações finais.....	154
8	157
Webdiáspora Espanhola (Galega)	
8.1. Contexto histórico da imigração	157
8.2. Mapeamento	162
8.3. Análise	174
8.4. Considerações finais.....	177
9.....	180
Webdiáspora Russa e Ucraniana	
9.1. Contexto histórico da imigração.....	180
9.2. Mapeamento	181
9.3. Análise.....	193
9.4. Considerações finais.....	195
10	197
Webdiáspora Árabe	
10.1. Contexto histórico da imigração.....	197
10.2. Mapeamento.....	200
10.3. Análise.....	219
10.4. Considerações finais	222

11.....	225
Webdiáspora Andina	
11.1. Contexto histórico da imigração.....	225
11.2. Mapeamento	234
11.3. Análise.....	263
11.4. Considerações finais.....	268
12	271
Webdiáspora Japonesa (Okinawana)	
12.1. Contexto histórico da imigração	271
12.2. Mapeamento.....	273
12.3. Análise.....	288
12.4. Considerações finais	292
13	293
Considerações finais	
Referências.....	298

Introdução

A questão migratória não pode mais ser apreendida somente em termos de ausência e de rupturas. Antigas diásporas e novos imigrantes dispõem, hoje, de sofisticadas tecnologias de informação e comunicação (TICs) que não apenas permitem a manutenção e a consolidação dos laços identitários e afetivos para com a sociedade e a cultura de origem, mas também viabilizam e incentivam a construção de novos quadros comunitários (de ordem étnica, cultural, nacional, linguística e/ou confessional), tanto no plano local quanto no transnacional.

Assim, a relação entre o fenômeno migratório (envolvendo diversos grupos / nacionalidades / etnias) e as Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), mais especificamente a internet, na contemporaneidade, não podia não chamar a atenção dos estudiosos e dos pesquisadores do campo da Comunicação Social. Ainda mais quando se considera que o conceito de *webdiáspora* se configura dentro dos processos migratórios, não só como um espaço transnacional, intercultural e multiterritorial midiático, mas como um recurso para interação e compartilhamento dos vínculos sociais (reais ou imaginários, com o país de origem ou de destino), no qual fluxos de informação acabam por construir não só uma identidade diaspórica, mas por participar da negociação de direitos cidadãos e garantir a existência de um cidadão do mundo.

Cientes disso e diante da percepção do aumento crescente de sites, blogs, fóruns, comunidades e páginas próprias inseridas em redes sociais (*Facebook*, principalmente) criadas e mantidas por indivíduos ou grupos organizados de imigrantes estrangeiros estabelecidos no Brasil, coloca-

mo-nos a seguinte questão: Que **usos os imigrantes e diásporas presentes no Brasil fazem da internet?**

Partimos da hipótese de que os espaços criados na internet pelas diásporas – sites, blogs, fóruns, páginas no *Facebook* etc. – contribuem não só para a manutenção e a criação de vínculos sociais (tanto no país de origem como no de acolhida) e busca de informações sobre o processo migratório, mas também possibilitam uma participação do imigrante, promovendo associativismo, cidadania, atuação política e preservação da memória, num processo contínuo de construção e manutenção de identidades culturais transnacionais.

Assim, nosso objetivo principal com essa pesquisa foi verificar como se dá a construção empírica da *webdiáspora* no Brasil em 10 diferentes grupos diaspóricos: italianos, andinos, árabes, mulçumanos, espanhóis (galegos), japoneses, portugueses, africanos, ucranianos e russos e alemães. Como objetivos específicos, destacamos: 1) identificar a organização e a estrutura dos espaços virtuais criados pelas diásporas na internet; 2) analisar o conteúdo desses espaços a fim de verificar que uso determinado grupo faz dele; 3) reunir, sistematizar e disponibilizar dados sobre a relação entre migração e TICs que possam ser utilizados em futuros estudos sobre o tema; 4) contribuir para a construção e a consolidação do conceito de *webdiáspora*. A técnica de Análise utilizada no trabalho de pesquisa é a de conteúdo (BARDIN, 1977), por considerá-la apropriada para descrever objetiva e sistematicamente o conteúdo manifesto da comunicação, visando à inferência, seja baseada em dados quantitativos, seja em dados qualitativos.

Como passo inicial, definimos por qual nacionalidade / grupo / etnia cada membro da equipe de pesquisa ficará responsável. E, ao contrário de outras abordagens, optamos, na presente investigação, por uma análise centrada no Brasil. Ou seja, apesar de trabalhar com grupos de diversas nacionalidades e etnias, apenas páginas que remetem a estrangeiros fixados em território brasileiro foram analisadas. De fato, para integrar nosso *corpus* de análise, o site, fórum, blog ou página no *Face-*

book devia enquadrar-se nos seguintes critérios: 1) uso da língua portuguesa (ou outro idioma dominado pelo membro da equipe responsável pelo grupo); 2) ser atualizado periodicamente; 3) ter sido criado há, pelo menos, seis meses; e 4) ser um projeto de iniciativa pessoal, grupo, ONG, ou sociedade civil em geral – sem instituições governamentais envolvidas.

Utilizamos o sistema de busca Google para encontrar esses espaços na Web. A busca foi determinada por palavras chave, como¹: imigração italiana para o Brasil; italianos no Brasil; imigrantes italianos; Brasil e Itália; diáspora italiana; italianos em São Paulo; italianos no Rio de Janeiro (e italianos nos demais estados brasileiros...), comunidade italiana e colônia italiana. Também propomos a utilização de algumas técnicas de pesquisa do Google para otimizar os resultados. Foram elas: 1) procurar dentro de um domínio específico, com o comando: *imigrante italiano site:oestrageiro.org*; 2) procurar os *links* da página, com o comando: *link:oestrageiro.org*; 3) procurar assuntos relacionados com a palavra chave digitada, com o comando: *related:oestrageiro.org*².

Como essa pesquisa inicial no Google resultou em um grande número de páginas, após breve análise de todas, fizemos um recorte dos que mais se aproximam do conceito teórico de *webdiáspora* – detalhado no capítulo 2. Não estipulamos um número fixo de páginas correspondente a cada grupo / nacionalidade / etnia para compor o *corpus*. Tudo dependeu da quantidade de material encontrado / selecionado que julgamos relevante.

Após o *corpus* definido, iniciamos a fase de Análise do Conteúdo propriamente dita. A ideia foi trabalhar com o conteúdo informativo dessas páginas, que formou nossa “Unidade de registro”, publicado entre

¹ Aqui damos o exemplo do caso dos imigrantes italianos. Obviamente, o termo italiano(a) foi trocado de acordo com a nacionalidade / etnia / grupo pesquisado.

² Nesses dois últimos, o site www.oestrageiro.org é dado apenas como exemplo. Evidentemente, outros foram utilizados.

outubro de 2013 e fevereiro de 2014, ou seja, quatro meses³. Em seguida, iniciamos a categorização, conforme o seguinte protocolo:

Nome e endereço do site / fórum / blog / pág. Facebook:															
Data da análise:															
Nº	Data	Assunto geral	Assunto específico	Categoria de análise											Observações
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	

Algumas explicações se fazem necessárias sobre este protocolo a fim de facilitar o preenchimento e a compreensão dos dados. O item “Data” corresponde à data em que o texto foi publicado; “Assunto geral” é uma palavra que resume o conteúdo total do texto (ex.: Política, Economia, Cultura, Tecnologia etc.), ou seja, uma espécie de editoria; e “Assunto específico” remete a um brevíssimo resumo do que se trata a notícia – para uma identificação mais precisa. Já as categorias de análise são: 1) Projeto de migração; 2) Famílias e relações transnacionais; 3) Vínculos informativos com país de nascimento; 4) Consumo e produção cultural; 5) Aprendizado do idioma; 6) Cidadania jurídica; 7) Usos de mídias de migração; 8) Companhia e ócio; 9); Participação política; 10) Associativismo; e 11) Outros. O item “Observação” serviu para anotações de caráter qualitativo do pesquisador, sobre alguma curiosidade do texto analisado, relevância, característica peculiar etc. Vale ressaltar que todas essas categorias foram propostas em trabalho sobre o tema, porém voltado para imigrantes latino-americanos, feito Brignol (2010). A parte final da pesquisa consistiu na tabulação e posterior análise dos dados.

³ Como alguns sites apresentaram conteúdo extremamente extenso, optamos por uma amostra construída, dentro desse período. No caso de páginas com datas de publicações impossíveis de se identificar, optamos por uma análise geral do material disponibilizado, num total de cerca de 10 *posts* ou textos.

Enfim, há de salientar que, no presente Relatório de Pesquisa, privilegiou-se a abordagem quantitativa e de conteúdo. Análises mais qualitativas e conceituais do fenômeno webdiaspórico foram desenvolvidas posteriormente pelos autores, individualmente ou em coautoria em vários trabalhos, comunicações em congressos, artigos científicos e capítulos de livros.

O Relatório de Pesquisa aqui apresentado é decorrente de um projeto financiado pelo CNPq - no âmbito da bolsa de pesquisa outorgada ao Professor MOHAMMED ELHAJJI para o triênio 2015-2017 e que contou com a participação efetiva da então sua orientanda de Doutorado em Comunicação e Cultura pelo PPGCOM-UFRJ e membro do Grupo de Pesquisa DIASPOTICS, CAMILA ESCUDERO. A realização da pesquisa também teve contribuição efetiva dos bolsistas do Programa de Educação Tutorial da Escola de Comunicação da UFRJ (PET-ECO), assim como outros (à época) graduandos da mesma Instituição.

Apontamentos teóricos

2.1. Sujeitos e redes virtuais

Sabemos que a Comunicação é o processo-base de toda e qualquer forma de organização social. Autores como Harold A. Innis (2011) e Peter Burke e Asa Briggs (2004) já nos mostraram com maestria a relação do surgimento e o impacto de cada meio de comunicação com o desenvolvimento da história e da sociedade. No início deste milênio, Manuel Castells (1999) relacionou o surgimento das TICs com a formação da sociedade em rede, aqui, resumidamente, uma nova forma de organização social possibilitada pelo surgimento das tecnologias de informação num período de coincidência temporal com uma necessidade de mudanças econômicas e sociais.

Assim, como mais uma mídia, entre todas surgidas ao longo do tempo, a internet e também a comunicação *wireless*, 3G, 4G e, mais recentemente, o 5G – integrantes das TICs – vêm modificando a forma como nos comunicamos e, principalmente, os nossos comportamentos, local e globalmente, atingindo diversos níveis, desde o da própria relação tecnológica, à organização econômica e à adequação social (CARDOSO, 2007). Isso não quer dizer, obviamente, que são as tecnologias que determinam a sociedade, mas sim a sociedade é que dá forma à tecnologia de acordo com as necessidades, valores e interesses das pessoas que as utilizam. A diferença, hoje, é que não é possível entender o mundo sem a comunicação mediada por tecnologias.

Hoje em dia os sistemas de mídias nacionais encontram-se interligados pelo pertencimento de suas instituições, empresas e organizações a múltiplas redes de relação e poder, tal como os seus cidadãos, partilhando assim espaços de fluxos (CARDOSO, 2007, p.23).

Tal partilha de espaços de fluxos tem a interação como meio, justamente característica chave da internet. Ainda de acordo com Cardoso (2007, p. 25), a internet pode ser concebida como uma ferramenta de construção de projetos individuais desenvolvidos a partir de diferentes dimensões. Por que? Porque ela é “na sua constituição e apropriação flexível, interativa, dotada de ubiquidade, global, acessível e não depende de poderes passados e acessíveis”.

Soma-se a isso o fato de ela estar localizada num espaço virtual¹, cuja principal característica, segundo Levy, é o desprendimento do aqui e agora, numa reinvenção da cultura nômade.

Uma comunidade virtual pode, por exemplo, organizar-se sobre uma base de afinidade por intermédio de sistemas de comunicação telemáticos. Seus membros estão reunidos pelos mesmos núcleos de interesses, pelos mesmos problemas: a geografia, contingente, não é mais nem o ponto de partida, nem o ponto de coerção. Apesar de ‘não-presente’, esta comunidade está repleta de paixões e de projetos, de conflitos e de amizades. Ela vive sem lugar de referência estável: em toda parte onde se encontram seus membros móveis... ou em parte alguma. A virtualização reinventa uma cultura nômade, não por uma volta ao paleolítico, nem às antigas civilizações de pastores, mas fazendo surgir um meio de interação social onde as relações se configuram com o mínimo de inércia (LEVY, 1996, p.09).

Cria-se, portanto, uma situação em que vários sistemas de proximidades e vários espaços coexistam – todos baseados em subjetividade e cognição. Tratam-se de locais de convergência entre realidades socioculturais diversas formando a já mencionada sociedade em rede. Uma

¹ Neste trabalho adotamos a definição de virtual dada por Pierre Levy (1996, p.05-06): “Contrariamente ao possível, estático e já constituído, o virtual é como o complexo problemático, o nó de tendências ou de forças que acompanha uma situação, um acontecimento, um objeto ou uma entidade qualquer, e que chama um processo de resolução: a atualização (...) o real assemelha-se ao possível; em troca, o atual em nada se assemelha ao virtual: responde-lhe”.

junção de mobilidade humana com cultura midiática que resulta na interação. Esta, por sua vez, toma como base a identidade cultural – produtos de narrativas e atuações do sujeito –, sob a qual agem e se reconfiguram um híbrido de conceitos, entre eles transnacionalismo e interculturalismo.

2.2. Conceitualizações

Historicamente, o termo diáspora tem sido utilizado para remeter à dispersão dos judeus ao longo dos séculos. Apesar disso, a Organização Internacional para as Migrações (OIM) o define atualmente como “qualquer pessoa ou população étnica que abandona a pátria tradicional da sua etnia, estando dispersa por outras partes do mundo (2009, p. 18)”. Tal definição está de acordo para um glossário, como foi o caso da fonte da OIM, porém, ganha certa complexidade quando contextualizada socialmente, remetendo não só à ideia de grupos dispersos, mas também à de identidade comunitária.

Uma das marcas da diáspora como uma forma social é a ‘relação tríade’ entre: (a) coletivos ainda que dispersos globalmente auto-identificados como grupos étnicos, (b) os estados territoriais e os contextos em que tais grupos residem, e (c) a pátria e o contexto de onde eles ou seus antepassados vieram (VERTOVEC, 1999, p.02 – Tradução nossa).

Assim, de acordo com Schiller, Basch e Blanc-Szanton (1992), entende-se que, agora, um novo tipo de população imigrante está emergindo, composta de redes, atividades e parceiros que envolvem suas vidas do local de origem e do local de acolhida num único campo social. Isso nada mais seria que o transnacionalismo, processo pelo qual é construído um campo social que une o país de origem e o país de destino. Segundo as autoras, nesse campo, os imigrantes desenvolvem e mantêm múltiplas relações – familiares, econômicas, sociais, organizacionais, religiosas e políticas – para além das fronteiras. Ou ainda: tomam ações,

decisões, se preocupam, e desenvolvem identidades com as quais formam uma rede de conexão que envolve dois ou mais países.

Esses imigrantes transnacionais – ou transmigrantes (Schiller, Basch e Blanc-Szanton, 1992) – têm como característica principal a comunicação intercultural. De acordo com Canclini (2005, p. 23), essa resume-se a relações interpessoais entre membros de uma mesma sociedade ou de culturas diferentes e, depois, abrangendo também as comunicações entre sociedades distintas, graças à mobilidade e facilitada pelo uso das TICs. Em outras palavras: o reconhecimento do “outro” possibilita que relações de contato e troca cultural se efetivem em grupos diferentes para que, justamente, estes possam se reelaborar, garantindo assim sua inserção na pós-modernidade e na lógica da globalização. A ideia de interculturalidade do autor remete à mistura de sujeitos e sociedades, ou seja, ao que acontece quando as diferenças se encontram, convivendo em situações de negociações e trocas recíprocas.

Ainda para Canclini, tal situação ganha relevância não só dentro de uma etnia ou nação, mas em “circuitos globais, superando fronteiras, tornando porosas as barreiras nacionais ou étnicas e fazendo com que cada grupo possa abastecer-se de repertórios culturais diferentes (CANCLINI, 2005, p. 43)”, numa reelaboração intercultural do sentido de práticas culturais.

A condição contínua de deslocamento – ainda que já tenha chegado à sociedade receptora – faz com que os imigrantes vivam oscilando com fluidez e mobilidade entre os espaços, numa flexibilidade de pertencimentos e construção de identidades constantes, numa enorme diversidade de comportamento e representações. “As identidades dos sujeitos formam-se agora em processos interétnicos e internacionais, entre fluxos produzidos pela tecnologia (CANCLINI, 2005, p. 201)”.

E, por identidade, adotamos aqui o conceito de Hall (2005), que diz que para compreendermos como a identidade funciona, precisamos conceituá-la em suas diferentes dimensões. Segundo o autor, com frequência, a identidade envolve reivindicações essencialistas sobre quem

pertence e quem não pertence a um determinado grupo identitário, nas quais a identidade é vista como fixa e imutável. Outras vezes, essas reivindicações estão baseadas na natureza (étnica, raça, relação de parentesco...). Mas, frequentemente, elas estão ancoradas em alguma versão essencialista da história do passado (na qual a história é constituída como uma verdade imutável – tradições). O fato, é que, a identidade é, na verdade, relacional, e a diferença é estabelecida por uma marcação simbólica relativamente a outras identidades. Ela está vinculada também a condições sociais e materiais – o social e o simbólico referem-se a dois processos diferentes, mas cada um deles é necessário para a construção e a manutenção das identidades. A marcação simbólica é o meio pelo qual damos sentido a práticas e relações sociais. E, por fim, as identidades não são unificadas; há contradições no seu interior que precisam ser negociadas.

2.3. Internet versus Imigração

É possível perceber que a internet, como afirma Liliâne Dutra Brignol (2010, p. 40), se configura como um espaço de comunicação que, por sua própria lógica constitutiva, surge como possível alternativa para um tratamento diferenciado das migrações. É ela que vai reunir espaços transnacionais de interação, intercâmbio e troca a partir da aproximação das diferenças e interconexão das culturas (interculturalismo).

Mais que isso, [a internet] possibilita a consolidação de um espaço comunicacional de interação entre seus membros que pode servir, não apenas para informar, mas também para dinamizar relações interculturais e atuar no processo de participação social entre sujeitos distantes.

Nessa interação, em blogs, *chats*, fóruns, *Facebook* e demais ferramentas da Web observamos que a troca de informações básicas e de ordem prática contribui tanto para questões de ordem reais do deslocamento – para construção do projeto migratório, por exemplo, isto é, a

decisão de migrar e escolha do lugar de destino incentivadas por informações de quem já viveu tal experiência, passando pela articulação de sua instalação no país de destino (e a necessidade de trabalho, saúde, habitação, aprendizagem do idioma, mobilidade etc.) – a questões de ordem subjetiva, como a construção de uma identidade diaspórica e o estabelecimento de vínculos sociais, seja na manutenção de relações com o país de origem, seja no compartilhamento de relações no país de acolhida. Tal interação, em última instância, resume os modos de configuração das migrações hoje – transnacionais e interculturais –, no qual, o destino é a própria condição migratória numa busca constante pela possibilidade de desenvolvimento pessoal. São as comunidades transnacionais constituídas na internet – e todos os fluxos de informações resultados da interatividade que essa mídia proporciona – que geram experiências e representações de co-pertencimento e integração social. “A midiaticização afasta, esfria, e, ao mesmo tempo, a interconectividade proporciona sensações de proximidade e simultaneidade (CANCLINI, 2005, p. 216)”.

O que torna a Internet tão interessante? (...) Trata-se de um objeto comum, dinâmico, construído, ou pelo menos alimentado, por todos os que a utilizam. Ela certamente adquiriu esse caráter de não-separação por ter sido fabricada, ampliada, melhorada pelos informatas que a princípio eram seus principais usuários (LEVY, 1996, p. 89).

No caso do processo migratório, a redes sociais na internet

(...) caracterizam o modo de organização dos próprios imigrantes, numa lógica que atravessa diferentes esferas de vida, como modo de produção, participação social, dinâmica de mobilização, interação e estabelecimento de vínculos (BRIGNOL, 2010, p. 75).

De acordo com Arjun Appadurai (1996, p. 196), na maioria das comunidades transnacionais aparece um “novo patriotismo”, não como extensões de debates pró ou contra nacionalistas, apesar de existir boa dose de nostalgia em relação à pátria de origem, aos próprios compatrio-

tas, exilados ou não. Elas também envolvem novas formas de nacionalismo, bastante intrigantes, que resultam num “nacionalismo diaspórico”, baseado em compromissos, de ordem, principalmente, política, que acabam por revitalizar ambas as extremidades do processo diaspórico.

2.4. Webdiáspora

Vimos que a Web vem sendo utilizada como um espaço de reordenamento de experiências e práticas subjetivas de imigrantes transnacionais e demais atores envolvidos no processo migratório, baseada, fundamentalmente, em relações interculturais e multiterritoriais.

De acordo com Claire Scopsi (2009, p. 86), desde 1997 já era possível encontrar o termo em inglês “digital diaspora” em alguns trabalhos sobre o tema imigração – que, em geral, referia-se aos “imigrantes conectados” – em um simples buscador na Web. Com o passar do tempo e a disseminação e evolução das TICs, em especial da internet, outros conceitos e termos foram surgindo para abordar o assunto dos imigrantes na Web. Hoje aceita-se, como sinônimo de *webdiáspora*, palavras e expressões como *e-diáspora*, *web diaspórica*, *diáspora networks*, *diáspora digital*, entre outras. Entretanto, pondera a autora (2009, p. 91, tradução nossa), “a publicação de sites por membros de uma comunidade transnacional não pode ser vista como um critério único de classificação de *webdiáspora*”. E ela continua: “sob pena de ter que considerar qualquer site que envolva comunidades de imigrantes como tal. Critérios de coesão e reivindicação identitária nos ajudam a sair desse ciclo vicioso” (idem).

Portanto, sua definição do que chama de *web diaspórica* é a seguinte:

Colocamos aqui como definição que a *web diaspórica* são sites produzidos pelas comunidades transnacionais a partir de um dos lugares de dispersão, organizada em torno de um ou mais elementos culturais compartilhados (língua, religião, etnia), destinado explicitamente a membros da comunidade espalhados pelo mundo pela migração e, eventualmente, à população que

manteve-se na terra natal, contribuindo para a consciência de uma ligação identitária, sua afirmação pública e sua implementação por ações de reivindicação, representação e desenvolvimento econômico e cultural em benefício de seus membros (SCOPSI, 2009, p. 92, tradução nossa).

Tristan Mattelart (2009) faz uma revisão crítica de literatura de vários estudos sobre o tema dos usos das TICs por imigrantes. Segundo o autor (2009, p. 13), os trabalhos sobre diásporas se colocaram de forma mais efetiva no mundo acadêmico de língua inglesa (anglófono) no fim dos anos 1980, como um importante laboratório a partir do qual são identificadas transformações socioculturais produzidas pela lógica da globalização. Seguindo este ponto de vista, as diásporas, por suas negociações culturais constantes são, em muitos aspectos, emblemáticas em um mundo onde as identidades culturais estão se reinventando a todo momento sob a força de fluxos transnacionais. Coincidindo com o aumento do poder da internet, no fim dos anos 1990, a questão da diáspora provocou o desenvolvimento de uma literatura cada vez mais importante dedicada às relações complexas que relacionam essas populações com as TICs.

Finalmente, o trabalho discutido aqui mostra como a dimensão econômica da web diaspórica permanece, surpreendentemente, em grande parte negligenciado: como se o ciberespaço permitiu magicamente escapar das restrições que esta dimensão implica. Mas se a internet oferece a muitos grupos diaspóricos uma plataforma a partir da qual eles se esforçam para ser ouvido e ter voz, tanto no país de residência como no de origem, não é menos estruturado pela lógica socio-econômica que é necessária para integrar de forma mais firme esses projetos (MATTELART, 2009, p. 50).

Já para Angeliki Koukoutsaki Monnier (2012, p. 270-271), o conceito de “*web diasporique*” apresenta algumas dificuldades devido à própria concepção de diáspora, “fluída e controversa”. De acordo com a autora, envolve sites produzidos por comunidades transnacionais a partir de um dos locais de dispersão, organizados por um ou mais elementos culturais compartilhados (língua, religião, etnia), voltados explicitamente para os

membros da comunidade dispersa em todo o mundo pela migração. Nestas páginas virtuais, a população parece permanecer na “pátria”, contribuindo para a conscientização de uma identidade, a sua afirmação pública e realização de ações de reivindicações, representação ou desenvolvimento econômico e cultural para o benefício de seus membros.

O fato é que toda essa conceitualização remete à ideia de novas subjetividades e identidades flexíveis que não só vão além, mas cruzam e perpassam as tradicionais fronteiras estabelecidas pela organização até então configuradas pela forma Estado-nação, num movimento de fluidez e mobilidade. Tudo isso converge na atualidade para uma complexa forma de interação social, tendo por base as identidades – estas, como vimos, produtos de narrações e atuações do sujeito. Neste contexto, as TICs acabam por reunir as características propícias para que uma diáspora transcenda o alcance nacional ou étnico presentes em sua própria constituição, a fim de abarcar as relações interculturais e transnacionais que o mundo globalizado tanto exige.

Assim, a *Webdiáspora* se configura, dentro dos processos migratórios, não só como um espaço transnacional e intercultural midiático, mas como um recurso para interação e compartilhamento dos vínculos sociais (reais ou imaginários, com o país de origem ou de destino), no qual fluxos de informação acabam por construir não só uma identidade diaspórica, mas por participar da negociação de direitos cidadãos e garantir a existência de um cidadão do mundo.

Webdiáspora Africana

3.1. Contexto histórico da imigração

Muitas vezes, as vivências e experiências práticas mobilizam questões que acabam por se concretizar em pesquisas e, conseqüentemente, em conhecimento. É, dentre muitos outros, o caso de Alain Pascal Kaly (2007) que, em seu artigo *À procura de oportunidades ou desembarque por engano – Migração de Africanos para o Brasil*, discorre, como colocado no título do trabalho, sobre a migração de africanos para o Brasil sendo, ele mesmo, um africano que já vivenciou essa situação.

Pensando na história do Brasil, fica claro que a presença de pessoas oriundas da África é quase tão antiga quanto o próprio país, e, segundo Kaly (2007), é possível afirmar que, entre a chegada do primeiro português até hoje, cinco levas de africanos atracaram em solo brasileiro. Os dois primeiros grupos que chegaram, no entanto, não vieram à procura de oportunidades, nem por engano. Ambos eram escravos. O interessante é que, no caso do primeiro grupo, os africanos vieram diretamente de Portugal – onde já viviam há tempos na condição de escravos. Os componentes do segundo grupo, por sua vez, provinham diretamente da África. A condição, no entanto, era a mesma. Esses africanos, que desembarcaram entre os séculos XVI e XIX, se deslocaram a partir de diversas partes da hoje chamada África Negra. Ao longo desses séculos, homens e mulheres de diferentes idades, inclusive crianças, “foram obrigados a iniciar um dos maiores movimentos migratórios de seres humanos que a humanidade tinha presenciado” (KALY, 2007, p. 103).

Setenta e dois anos separaram o fim da escravidão, em 1888, e a chegada da terceira leva de africanos, agora em outra condição: a de estudantes e oriundos de outros países, além dos africanos. No entanto, nessa época, no Brasil, a brancura era o principal requisito para que recém-chegados fossem incluídos na “raça brasileira”. O desenvolvimento do país, dessa forma, passava pela vinda de milhares de europeus brancos (os imigrantes italianos, portugueses e espanhóis, principalmente). Neste contexto, como ressalta Kaly (2007), a vinda de negros – símbolos do atraso e inferioridade humana – deveria ser vetada. Grande parte dos negros norte-americanos que gostariam de ingressar no país, por exemplo, possuíam sólida formação acadêmica e profissional. Tinham, inegavelmente, formas de contribuir para o desenvolvimento do país – diferentemente do que se afirmava – porém, eram vítimas de preconceito.

No que diz respeito ao quarto grupo – composto por refugiados angolanos e moçambicanos que fugiam de guerras civis e de libertação em seus países de origem –, é preciso, segundo o autor, subdividi-lo em duas partes. A primeira delas era composta, de forma majoritária, por africanos brancos, descendentes de portugueses. Muitos, ou todos, foram recebidos como portugueses nascidos em países africanos, e não como angolanos ou moçambicanos. Foram tratados, contraditoriamente, como portugueses, quando, na verdade, fugiam dos perigos e consequências de guerras travadas contra o colonialismo português. Sua integração foi, portanto, facilitada. O segundo subgrupo também era formado por refugiados dos dois países. Seu ingresso no Brasil se deu a partir da década de 80 – decorrência das guerras civis pós-independência. A maior parte deles não tinha qualificação nem um bom nível escolar e, além disso, a maioria era negra. A inserção das pessoas constituintes desse subgrupo, independentemente do nível de qualificação, foi muito mais periférica.

Entre as décadas de 80 e a primeira década deste século, o Brasil se deparou com dois tipos de imigrantes africanos, constituintes, segundo Kaly (2007), da quinta e última leva. O primeiro era composto por fugiti-

vos de guerras civis em diversos países; o segundo, por sua vez, é formado por jovens sem boa qualificação profissional e, por isso, sem muitas perspectivas. Alguns entram no país de forma irregular pensando que iriam desembarcar na Europa ou nos Estados Unidos – onde acreditam que podem ganhar dinheiro mais rapidamente.

Como se vê no artigo, a história da migração africana ao longo desses cinco grupos fixados pelo autor (talvez a maior contribuição de seu artigo), difere-se substancialmente em relação ao histórico de outras comunidades migrantes: ela é marcada, de forma intensa, pelo transbordo, que, por sua vez, difere-se de qualquer outro tipo de deslocamento – como o exílio e a dispersão.

Indubitavelmente, um processo migratório com proporções enormes como essas não poderia deixar de promover mudanças e gerar consequências: seres humanos, culturas e civilizações foram colocadas em contato, e, com isso, iniciou-se um processo de hierarquização desses componentes e práticas culturais que, ainda hoje, continuam modelando as relações sociais entre brancos, negros e mestiços não só do Brasil, mas também em outros países do Novo Mundo. O triste é que, mesmo com o reconhecimento da igualdade formal, a crença na inferioridade dos negros se faz transparente nos discursos e, por isso, se mostra ainda nos dias de hoje. O próprio autor dá um depoimento instigante a esse respeito: desde sua chegada no Brasil, ele descobriu que duas coisas agiriam contra ele com o passar do tempo: a cor da pele e o continente de origem.

A inserção do negro – antes e pós-abolição – se deu, política e juridicamente, de forma periférica. O fim jurídico da escravidão não foi, portanto, acompanhado de uma mudança na mentalidade. A cidadania plena sempre lhes foi negada. Segundo Kaly (2007, p.104), “são os descendentes de ex-escravos e de ex-colonizados que continuam vivendo à margem da cidadania plena, apesar dos avanços e conquistas socioeconômicas em vários setores da vida”.

3.2. Mapeamento

Associação dos Estudantes Guineenses – RJ

(<https://www.facebook.com/groups/257265160954253/?fref=ts>)



Figura 1 – Assoc. dos Estudantes Guineenses

A *Associação dos Estudantes Guineenses - RJ* corresponde a um grupo público no *Facebook*, cujo conteúdo é bastante diverso. O número total de membros é de 81 (em setembro de 2014) e existem, entre eles, representantes de universidades do Rio de Janeiro, como a Universidade Federal do Rio de Janeiro e da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, além de outros estados, como a Universidade Federal do Triângulo Mineiro. Por ser um grupo, sua construção se dá de forma colaborativa: todos os participantes podem publicar, curtir e comentar – e sua democratização é perceptível a partir das postagens, que englobam diferentes temas, desde a divulgação de eventos, notícias que se relacionam à mobilidade dos estudantes e políticas referentes à organização associativa. A maior parte das postagens, por se constituir em um grupo de estudantes, se relaciona com conteúdos acadêmicos e burocráticos que dizem respeito à condição de aluno e imigrante.

Angolanos no Brasil!!!

(<https://www.facebook.com/groups/262594177103263/?fref=ts>)

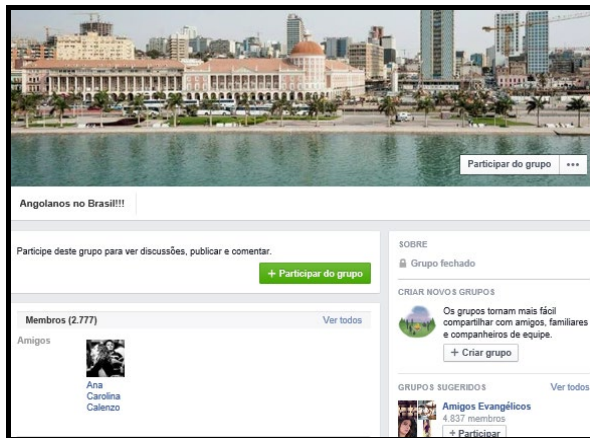


Figura 2 – Angolanos no Brasil!!!

Angolanos no Brasil!!! é um grupo fechado no *Facebook*, mas isso não significa um impedimento real para não angolanos que queiram, por motivos diversos, fazer parte dele. Essa flexibilidade quanto à aprovação de novos membros se mostra numericamente: são 2.319 (em setembro de 2014) integrantes que constroem coletivamente um dos grupos mais movimentados da amostra. Até mesmo por conta dessa expressividade, seu conteúdo é bastante diverso, não havendo um eixo temático predefinido, sendo a África – e o interesse por compreendê-la melhor e vivenciá-la de alguma forma – o elo que dá contorno ao grupo. São compartilhados eventos, notícias, opiniões políticas, conteúdos acadêmicos e informações referentes à vivência e à burocracia enfrentadas pelos imigrantes residentes em solo brasileiro. Seja cultural, política ou economicamente, o grupo é um importante meio de informação para seus membros e, também, no caso da população efetivamente migrante, um meio para encontrar pares, especialmente em caso de necessidade.

Moçambicanos

(<https://www.facebook.com/groups/mocambicanos/?fref=ts>)



Figura 3 – Moçambicanos

Por se tratar de esferas colaborativas de compartilhamento de informações no *Facebook*, a frequência das postagens da página *Moçambicanos* se relaciona de forma direta com o número de membros que o compõem. O grupo, apesar de fechado, não se opõe em aceitar pessoas de outras nacionalidades e deixa bem claro seu posicionamento em sua própria definição: “um grupo de amigos moçambicanos e de outras nacionalidades espalhadas pelo mundo fora, que amam e desejam conhecer Moçambique e África”. O coletivo se afirma, também em sua descrição, como um espaço que supera nacionalidades, partidos políticos, raças ou religiões e que preza, sobretudo, pela união dos que, pelo menos por hora, encontram-se espalhados pelo mundo. Mas a diversidade não é compreendida como uma desculpa para ofensas ou falta de respeito, é preciso que se coabite um mesmo espaço, ainda que não físico e territorialmente localizado, de forma pacífica, objetivando a troca. O que se configura na prática são postagens de fotos, desejos de felicitações, informações políticas, mensagens que simplesmente compartilham o orgulho de ter Moçambique como terra de origem e, até mesmo, piadas. Em meio à grande periodicidade de postagens, algumas coisas se perdem

frente ao objetivo do grupo e, nesse contexto, algumas postagens simplesmente parecem soltas e, claro, pela abrangência do grupo, pessoas acabam por utilizá-lo para propagandear cursos e produtos.

1º Encontro da Diáspora Guineense no Brasil

(<https://www.facebook.com/groups/336498379767896/?fref=ts>)



Figura 4 – 1º Encontro da Diáspora Guineense / Brasil

Também configurado como um grupo público, o *1º Encontro da Diáspora Guineense*, no *Facebook*, tem em sua descrição um questionamento: Qual deve ser o papel da diáspora guineense qualificada no Brasil? Com 747 membros (em setembro de 2014), o grupo é uma plataforma que outros sites utilizam para disponibilizar seus conteúdos, acabando por ocasionar um cruzamento entre diferentes plataformas. De forma geral, todas as informações compartilhadas são muito plurais, e diferem substancialmente quanto ao conteúdo: de opiniões políticas referentes à questão migratória e às situações atuais que se relacionam com o país de origem à divulgação de eventos organizados por africanos, com motivos de confraternização e debate. Quando observa-se a página em postagens mais antigas, o que se torna perceptível é uma multiplicidade maior de agentes que constroem o grupo, que foi muito utilizado, durante um tempo, para o compartilhamento de informes da Associação dos

Estudantes da Guiné-Bissau no Estado do Ceará, como a divulgação de informações quanto ao Torneio de Futebol no Campo de Antônio Bezerra, por exemplo. Mas, ao observar seu conteúdo mais recente, o que se encontra não é um debate sobre as questões, mas um esvaziamento do espaço virtual quanto às postagens – tanto em relação aos agentes que o constroem e, também, aos debates.

Grupo de Estudantes Moçambicanos no Brasil

(<https://www.facebook.com/groups/550847528324950/?fref=ts>)

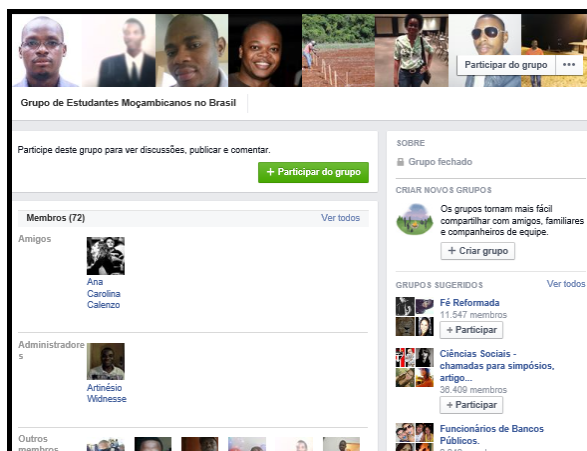


Figura 5 – Grupo de Estudantes Moçambicanos

Grupo no *Facebook* criado em novembro de 2013, *Estudantes Moçambicanos no Brasil* é fechado e possui um número limitado de membros (apenas 64, em setembro de 2014) e, segundo seu fundador, foi feito para que a comunicação fosse facilitada. Constitui um espaço virtual onde certamente se encontrará, no caso dos imigrantes, outros que compartilham vivências e experiências semelhantes – perde-se no número, mas ganha-se em termos qualitativos referentes à vivência migratória. O grupo representa, nesse sentido, uma segurança, um local que, em caso de necessidade, poderá ser um espaço de amparo e de procura por ajuda. Uma das participantes, por exemplo, procura por ajuda para um “irmão” que estudará na Universidade do Estado do Rio de

Janeiro. São compartilhadas, também, oportunidades, eventos e informações, constantemente de forma saudosa em relação à Pérola do Índico, forma como Moçambique é carinhosamente chamada em uma das postagens. A periodicidade das publicações, no entanto, é reduzida – o que com certeza se relaciona com o número de membros, também reduzido.

Comunidade Africana de São Paulo – Filhos e filhas da mesma MÃE AFRICA

(<https://www.facebook.com/groups/1461170534115584/?fref=ts>)

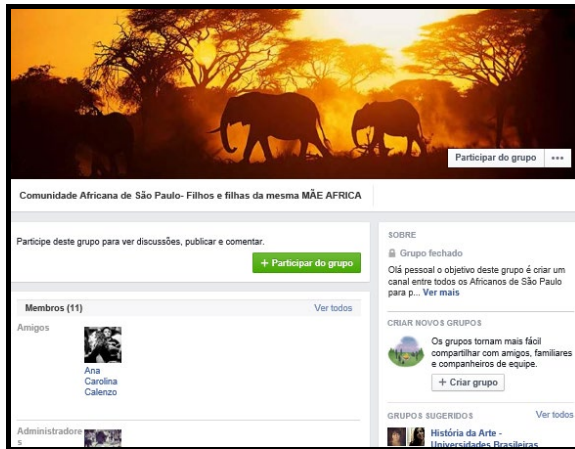


Figura 6 – Filhos e filhas da mesma MÃE ÁFRICA

Em uma postagem fixa, no início da página, é anunciado o objetivo do grupo do Facebook *Comunidade Africana de São Paulo – Filhos e filhas da mesma Mãe África*: “criar um canal entre todos os Africanos de São Paulo para pensar a como valorizar mais nossa terra e cultura PODEROSAS”. Os conteúdos publicados estão sempre em consonância com questões relacionadas à temática da imigração africana, principalmente relacionadas à cidade de São Paulo – como “a posse dos 20 conselheiros imigrantes eleitos por voto no dia 30 de março”. Apesar do objetivo – e sua pretensão territorialmente abrangente – o grupo conta apenas com 17 membros (em setembro de 2014), o que conduziu ao seu progressivo desuso, mesmo com uma descrição altamente convidativa,

que dá boas vindas aos novos integrantes e pede para que se adicionem amigos africanos à comunidade virtual.

Comunidade Ango-Congoleza no Brasil

(<http://cacbbr.blogspot.com.br/>)

COMUNIDADE ANGO-CONGOLESA NO BRASIL

A CACB foi criada com o objetivo de aproximar os imigrantes de Angola, Congo Brazzaville, República Democrática do Congo, demais povos africanos e seus descendentes que vivem no Brasil e No mundo. Entrem em contato conosco para beneficiar dos serviços da nossa plataforma através do e-mail: imprensacacb@gmail.com - Tél +55(21)98659-3664 - Afin de divulgar seus eventos e serviços diversos. Para quem deseja contribuir com nossa comunidade, PODE DOAR CLICANDO NO BOTÃO "doar" NA COLUNA A DIREITA.

DOMINGO, 21 DE DEZEMBRO DE 2014

ONU lembra: 'anistias não devem existir em casos de crimes contra a humanidade', referindo-se ao trabalho da Comissão da Verdade brasileira

O representante regional do escritório da ONU para direitos humanos, Amerigo Incalcaterra, acredita que os fatos estabelecidos pela Comissão da Verdade devem ser a base para lidar com os processos de reconciliação e afirma que apesar de não ser fácil, "é uma obrigação indiscutível do Estado".

Postado por Alfred akuala às 1:13 PM Nenhum comentário:

SEXTA-FEIRA, 26 DE SETEMBRO DE 2014

OPERAÇÃO DA REGULARIZAÇÃO JURÍDICA DA CACB. PARTICIPE COM QUALQUER VALOR - LIGUE: 21 98659-3664

Doar

Doar

pagseguro

ASSESSORIA EMPRESARIAL PARA AFRICANOS NO BRASIL, BRASILEIROS NA ÁFRICA E NOVOS NEGÓCIOS NA RDG

BusinessAccess
Smart Business Consulting

Business Access - Smart Business Consulting

AUSTRAL CARGO - DESPACHOS DE

Figura 7 – Comunid. Ango-Congoleza no Brasil

Conforme descrição no próprio blog *Comunidade Ango-Congoleza no Brasil*, a “CACB foi criada com o objetivo de aproximar os imigrantes de Angola, Congo Brazzaville, República Democrática do Congo, demais povos africanos e seus descendentes que vivem no Brasil e no mundo”. Não por acaso, as informações vinculadas no blog dizem respeito, em grande medida, aos países citados e à condição imigrante no Brasil, como notícias referentes a mudanças na legislação e às suas implicações práticas na vida das populações. Algumas postagens fazem referência a grandes personalidades africanas, tanto no âmbito econômico como político, e divulgam, também, informações sobre o continente de origem.

Estudantes Guineenses na UNILAB

(<https://www.facebook.com/groups/guignisnaunilab>)



Figura 8 – Estudantes Guineenses na UNILAB

O grupo do Facebook *Estudantes Guineenses na UNILAB* reúne estudantes guineenses da Universidade da Integração Nacional da Lusofonia Afro-Brasileira. Apesar de ser um grupo público no *Facebook* (configuração que permite que todos vejam o que é postado), para adentrá-lo é preciso enviar uma solicitação que deve ser confirmada pelo administrador – um perfil intitulado “Unilab Guiné-Bissau”. A necessidade de confirmação para que o acesso seja viabilizado produz uma tendência homogeneizante, fazendo com que os membros do grupo sejam verdadeiramente guineenses e estudantes; seu conteúdo é, portanto, bem direcionado a essa comunidade. Por meio do grupo são compartilhados informes sobre reuniões da Comunidade de Estudantes Guineenses na Unilab, eventos convocados pela Pró-reitoria de Políticas Afirmativas e Estudantis (Propae), encontros de futebol e Acampamentos de Férias Estudantis, que têm o “objetivo de promover a integração entre os estudantes de diferentes nacionalidades que fazem parte desta Universidade”. Em uma postagem, um membro informa sobre a greve dos alunos da Unilab e convoca os estudantes brasileiros a se unir na causa dos estrangeiros, pois, afirma o guineense, “juntos somos uma grande

família, a causa é comum a todos, reivindicamos; Repasse do auxílio estudantil, moradia estudantil, estrutura, fortalecimento da política de assistência aos estudantis”. Por fim, ressalta uma demanda de sua comunidade: “Queremos ser ouvidos e respeitados!”.

Eacape Cidadania Africana

(<https://www.facebook.com/Eacape.br>)



Figura 9 – Eacape Cidadania Africana

O perfil no *Facebook Eacape Cidadania Africana* compartilha informações diversas sobre a África: desde informes sobre moda a notícias políticas. Com 1377 amigos (em setembro de 2014), a página se configura pela diversidade de conteúdos; uma de suas publicações, por exemplo, alerta para os cuidados necessários ao levar o cachorro para passear no verão. Além disso, notícias sobre o Brasil também se mostram presentes, assim como conteúdos e fotos que não se situam exclusivamente no Brasil ou em países africanos. Pode-se concluir, portanto, que seu conteúdo é diverso, abarcando outras temáticas para além de questões exclusivamente relacionadas à migração, mas que, muitas vezes, também podem ajudar as comunidades migrantes em sua vida cotidiana.

Estudantes Africanos no Estado do Espírito Santo

(<https://www.facebook.com/groups/227286393982227/>)



Figura 10 – Estudantes Africanos no ES

Estudantes Africanos no Estado do Espírito Santo, grupo fechado no Facebook, conta com a participação de 160 membros (em setembro de 2014). Com conteúdo diverso, é uma rede que permite que estudantes falem com seus pares; em uma das postagens, por exemplo, uma estudante que está se formando pela Universidade Federal do Espírito Santo diz sentir-se honrada em convidar os membros para as solenidades de sua formatura. Outro estudante também se utiliza do grupo para convidar os integrantes para sua colação de grau: “É com grande honra e prazer, e com a mais alta consideração, que venho convidá-los para comemorar junto comigo esta vitória; que embora sofrida e com grande sacrifício foi uma conquista árdua que completei”. Além disso, são disponibilizadas informações sobre eventos relacionados à temática africana e às questões referentes à imigração.

Moçambicanos no Brasil

(<https://www.facebook.com/groups/ruicampi11112/?ref=ts&fref=ts>)



Figura 11 – Moçambicanos no Brasil

“Um grupo para conectar os Moçambicanos espalhados pelo Brasil afora, em função de propagar a união da comunidade que por aí se sente meio longe da Pátria Amada”. Eis o que descreve o grupo do Facebook *Moçambicanos no Brasil*, constituído por 323 membros (em setembro de 2014). Seu conteúdo é diverso, com postagens sobre questões africanas e brasileiras relacionadas a oportunidades de trabalho e educação, por exemplo. Um dos álbuns disponibilizados no grupo é denominado “MÃE ÁFRICA” e conta com fotos distintas, tanto de pessoas, como de lugares; outro álbum, por sua vez, serve para que sejam compartilhadas bebidas típicas de Moçambique. Além disso, o grupo se apresenta como um meio de divulgação de eventos, tais como a palestra “Direitos Humanos em Moçambique”, e informações, textos e vídeos sobre a cultura africana. Um dos eventos anunciados se apresenta como um encontro entre ex-residentes de Nampula, Nacala e Ilha Macuas, mas, apesar de ser uma página direcionada a moçambicanos que residem no Brasil, acontecerá em Porto, evidenciando a pluralidade do grupo, apesar de seu objetivo se

voltar essencialmente para a comunidade moçambicana que se encontra em solo brasileiro.

Blog do Universitário Africano

(<http://www.blogdouniversitarioafricano.com/p/blog-page.html>)



Figura 12 – Blog do Universitário Africano

O *Blog do Universitário Africano* compartilha conteúdos diversos que se relacionam à condição migrante como, por exemplo, sobre Programas de Cooperação Internacional entre Brasil e África, eventos e informações que se relacionam à conjuntura africana atual. Ao mesmo tempo, também é marcado pelo compartilhamento de informações que se encontram ligadas a algumas conjunturas brasileiras, como o reconhecimento do quilombo da Sacopã. Mas, de forma geral, as notícias sempre estão relacionas à condição migrante e ao continente de origem. O blog se articula com a EACAPE, descrita como uma Organização da Sociedade de Interesse Público “que surge como ferramenta institucional na promoção da cidadania quilombola e da cidadania africana, através dos imigrantes e alunos intercambistas nos mencionados casos, com o desafio do enfrentamento dos respectivos problemas”.

Associação dos Estudantes Angolanos em Brasília

(<https://www.facebook.com/pages/Associa%C3%A7%C3%A3o-dos-Estudantes-Angolanos-em-Bras%C3%ADlia/264760190202012>)



Figura 13 – Assoc. Estudantes Angolanos em Brasília

Com uma dinâmica diferente dos grupos, a página no *Facebook Associação dos Estudantes Angolanos em Brasília* também compartilha informações sobre angolanos de forma geral, não se conformando em divulgar informações que se relacionem diretamente à vivência em solo brasileiro. Compartilham-se, em grande medida, eventos organizados pela própria associação, como o “Futebol da PAZ”, encontros de africanos e reuniões que se relacionam à organização política da Associação. Com o tempo, a página foi perdendo periodicidade em relação às suas postagens.

Guiné-Bissau – Cidadania, Democracia & Desenvolvimento

(<https://www.facebook.com/groups/gbissau/>)



Figura 14 – Guiné Bissau – Eleições 2014

A página no *Facebook* *Guiné-Bissau – Eleições 2014* foi criada com o objetivo principal de discutir e informar sobre as Eleições presidenciais no país. No entanto, com a passagem do evento, em agosto do mesmo ano, trocou de nome para *Guiné-Bissau: Cidadania, Democracia & Desenvolvimento*. Hoje, possui mais de 6 mil membros (dezembro de 2014). Conforme descrito pelos criadores, o objetivo é “incentivar e motivar o empenho de todos os guineenses no exercício das suas responsabilidades da cidadania e, consequentemente, a promoção da democracia e do desenvolvimento da Guiné-Bissau”. O conteúdo atual da página é bem diversificado, sendo comum haver *posts* sobre eventos culturais, além de notícias sobre política, economia e sobre a relação do país africano com o Brasil.

3.3. Análise

Ao total, entre os sites, grupos e páginas encontradas no *Facebook*, 9 foram analisados¹. Dentre eles, apenas um não conseguiu atingir 10 pos-

¹ As páginas do *Facebook*: *Associação dos Estudantes Guineenses RJ*, *Angolanos no Brasil!!!*, *1º Encontro da Diáspora Guineense no Brasil*, *Escape Cidadania Africana*, *Estudantes Africanos no Estado do Espírito Santo*,

tagens dentro do recorte temporal, totalizando-se, dessa forma, 87 postagens submetidas ao protocolo de pesquisa. Ao aplicar o protocolo com as categorias, verificamos que 26 postagens fazem parte da categoria “Vínculo informativo com o país de nascimento”, seguida pela categoria “Outros”, com 21 postagens. Às mais numerosas, seguem as categorias “Companhia e ócio” (11), “Cidadania jurídica” (7) e “Consumo e produção cultural” (6). Em seguida, encontram-se os temas “Projeto de migração” (6) e “Participação política” (5). “Famílias e relações transnacionais” (2) e “Associativismo” (3) foram as menos numerosas. “Aprendizado do idioma” e “Usos de mídia de migração” não totalizaram nenhuma postagem.

É uma característica comum entre todos os sites a publicação de informações, fotos e vídeos que dizem respeito à terra natal, como o país de origem é por vezes referido. São informações sobre política, cultura, tecnologia, esporte, educação e economia, por exemplo. A preocupação com o conhecimento da história da África, perceptível através de postagens efetuadas, nos leva a crer que tanto africanos quanto brasileiros percebem um desconhecimento generalizado em relação ao continente – o que explica, em certa medida, o grande número de compartilhamentos de informações sobre seus países e continente. Notícias sobre racismo – no Brasil e no mundo – também ilustraram diversos grupos. Uma notícia sobre um episódio de racismo e repressão policial injustificada vivido por africanos em Porto Alegre foi compartilhada em diferentes páginas.

Muitas informações são compartilhadas não por dizerem respeito ao país de origem, mas, inversamente, por estarem relacionadas ao país de acolhida, ou seja, ao Brasil. Tais informações e notícias ocuparam, por vezes, a categoria “Outros”, outras vezes ocuparam a categoria “Cidadania jurídica”, por exemplo, o que dependia essencialmente de seu conteúdo. A categoria “Outros” se relaciona a diversos conteúdos que não foram contemplados de forma significativa pelas categorias criadas, co-

mo por exemplo, anúncios de trabalho, entrevistas a personalidades africanas, divulgação de textos acadêmicos, felicitações e agradecimentos.

A categoria “Companhia e ócio”, por sua vez, se relaciona a convites de eventos – como churrascos, almoços e festas, mais comuns em grupos compostos por estudantes – e, comumente, à procura por indivíduos que se encontram em determinado lugar. Em alguns grupos, também buscava-se por pessoas que planejassem visitar o país de origem, como quando ocorreu o falecimento de Nelson Mandela, chamado carinhosamente de Madiba em uma postagem. Os grupos no *Facebook* se mostram como um espaço para aqueles que desejam procurar por seus pares quando algum tipo de ajuda ou companhia se faz necessária, sem que a certeza de resposta exista. Em grupos com recorte nacional, são comuns postagens de usuários que procuram por indivíduos de certa nacionalidade, em certo local, sem que haja respostas por parte de seus integrantes. Em grupos estaduais ou municipais a resposta se faz mais frequente.

Alguns grupos são ocupados exclusivamente, ou pelo menos predominantemente, por estudantes e, não por acaso, seu contorno informativo acaba por dizer respeito de maneira mais intensa a notícias e acontecimentos que podem influir na estadia de seus membros, como a divulgação da lista de ganhadores de permanência segundo o Ministério da Justiça e informações sobre a validação de vistos de estudantes estrangeiros. Dentre os nove sites analisados, quatro são destinados aos estudantes, prova real de que o Brasil tem sido procurado de forma intensa por estudantes do continente africano, que começaram a chegar ao país a partir da década de 1960, oriundos de países recém-independentes, que, a partir da assinatura de convênios culturais e técnicos, puderam vir ao Brasil para estudar em diferentes localidades.

Em alguns grupos no *Facebook* com o número de membros mais reduzido, como o grupo *Associação dos Estudantes Guineenses – RJ*, é possível perceber o caráter mais intimista de algumas de suas postagens. Estar nesse grupo significa, dessa forma, fazer parte de uma rede que divulga informações de diversos tipos; significa, para além de participar

de uma organização política, estar inserido num círculo de sociabilidade no qual se pode observar a participação de vários membros – e não somente de um grupo que almeja falar pelo todo – e parece existir um sentimento de coletividade e pertencimento, onde a realização de um se configura como uma conquista para todo o grupo. O grupo é o grande responsável pela postagem da categoria *associativismo*, somando duas postagens entre as três que se totalizam na categoria.

Em grupos mais numerosos, como o grupo no *Facebook Angolanos no Brasil!!!*, brasileiros e africanos coabitam o espaço virtual. Sua coexistência nem sempre se dá de forma não conflituosa, apesar de pacífica na maior parte das experiências que se concretizam nos grupos. Em alguns episódios, o que se anuncia como uma brincadeira por quem fala, nem sempre é interpretado como tal – especialmente quando quem fala é brasileiro – em contextos em que generalizações sobre africanos normalmente não são bem-vindas. Sem os recursos presenciais como a entonação, a interpretação pode ficar demasiadamente ambígua para quem recebe – no caso da internet, de quem lê – a partir de suas vivências culturais e sociais. Alguns africanos, nesse sentido, não se mostraram receptivos a generalizações de conteúdo ambíguo, que podem, ao mesmo tempo, ser expressões jocosas ou ofensivas – o que pode ser sintomático do tratamento concedido ao migrante africano fora do meio virtual no Brasil, um país em que, apesar de cultivar para si e para fora o mito da democracia racial, o racismo subsiste.

O orgulho do lugar de origem mistura-se com notícias sobre o mundo lusófono, os “Leões Africanos”, e as transformações vivenciadas por seus países, por exemplo, que por vezes exaltam as melhorias experimentadas, e, em outras, mostram a fragilidade que ainda é vivenciada, num movimento que preserva, sobretudo, a informação. Algumas dificuldades vividas por africanos são até mesmo familiares aos brasileiros, como as dificuldades impostas pela impunidade da corrupção. Notícias sobre a entrada e permanência no Brasil – que podem influenciar na vida daqueles que aqui estão e para cá querem vir – também são visíveis,

como a facilitação, por parte do Brasil, na concessão de vistos para estrangeiros que vieram para a Copa do Mundo, ou a possibilidade de receber o benefício do Bolsa Família sendo estrangeiro em São Paulo.

A preocupação com a divulgação da cultura e dos costumes africanos também se faz presente de forma significativa. São compartilhados vídeos e fotos de danças, músicas e comidas típicas, por exemplo, o que também exemplifica a vontade – tanto de africanos quanto de afrodescendentes que fazem parte dos grupos – de divulgar e, acima de tudo, de valorizar a cultura do lugar de onde se veio. A divulgação de informações, que demonstram a riqueza da cultura africana, é uma forma de romper com a discriminação racial que se configura no país e é vivida na pele por quem é negro, e ainda mais por quem é negro e imigrante, que antes da chegada muitas vezes idealiza a realidade brasileira e, acostumados com outras formas de relação, defrontam-se, a partir da imersão, com o racismo brasileiro, sem que tenha havido tempo de naturalizá-lo.

3.4. Considerações finais

De acordo com Amparo (2012), a identidade que se constrói no âmbito digital pode ser entendida como um produto social que engendra efeitos nas relações não mediadas pelo virtual. Mais do que um espelho do que é o presencial, o virtual – que nutre e é nutrido por ele – transforma a sociabilidade a partir de suas possibilidades de encontro, fala e troca.

A forma como os imigrantes africanos utilizam a internet aponta para a divulgação e compartilhamento de histórias, notícias, fotos e vídeos, especialmente no que diz respeito à terra natal. Mas, para além disso, aponta para articulação e reivindicação de sua cultura e de seu continente, que, apesar de tão ligado ao Brasil, permanece irremediavelmente obscuro na cabeça de muitos. Frente à experiência migratória negra (o que adiciona obstáculos à empreitada) é bom poder contar com um espaço em que pares podem ser encontrados e solicitados, mesmo

que não presencialmente. Nesse sentido, as TICs se tornam um recuo afetivo e de ligação com a terra, cultura e imaginário de origem e funcionam, portanto, como uma teia psicológica que mantém o migrante seguro ao mesmo tempo em que preso ao seu passado e antepassados (ELHAJJI, 2001).

A internet, e seu caráter inerentemente transnacional, têm possibilitado a emergência de identidades baseadas em pluripertencimentos e múltiplas identificações através do acesso a referenciais culturais diversos que permitem, conseqüentemente, o desenvolvimento de laços afetivos e subjetivos que não estão postos somente nas fronteiras formais dos países de destino. O que se observa enquanto produto dessa nova esfera midiática e comunicacional é a vinculação mais intensa com o universo simbólico de origem e a decorrente dificuldade de desvinculação da terra natal e comunidades “irmãs” que, por vezes, compartilham um mesmo mito fundador, espalhadas pelo mundo – fazendo com que hoje, mais do que nunca, a identidade transnacional de comunidades étnico-culturais se encontre mais ressaltada e reforçada (ELHAJJI, 2001). Não se pode, dessa forma, negar a importância das TICs na construção identitária dos indivíduos, o que se tornou possível por meio de seu barateamento, popularização e sofisticação.

A representatividade da categoria “Vínculo informativo com o país de nascimento” – a mais numerosa dentre todas as categorias – comprova o não desligamento das raízes. Pode-se, a partir disso, afirmar que, como Stuart Hall (2003) nos diz sobre os assentamentos negros formados na Grã-Bretanha, o senso de “terra de origem” manteve-se forte entre os grupos que se fazem presentes na internet, embora os locais de origem não sejam mais a única fonte de identificação no contexto transnacional e intercultural. A “identificação associativa” em relação ao país de origem permaneceu, portanto, intensa. Hall (2003) se refere a essa relação como *força do elo umbilical*.

De todos os sites, grupos e páginas encontradas, parte significativa deles (seis) se direciona especificamente aos estudantes, o que lhes dá,

consequentemente, um contorno particular, com postagens que se relacionam às vivências e às necessidades dessa comunidade. O número expressivo de grupos e páginas se faz compreensível a partir dos números: nos últimos anos (2000-2012), dos 6.981 estudantes participantes do Programa de Estudantes Convênio de Graduação (PEC-G), 5.479 eram da África. Além disso, estar imerso no contexto universitário brasileiro, ainda que muitas vezes em condição de precariedade, lhes proporciona alguns benefícios, como o uso da rede. Esses grupos, de forma geral, ainda que públicos, não são abertos à comunidade brasileira. Neles são reivindicados, além da força do coletivo, a nacionalidade: os grupos, em sua maioria, não são de imigrantes ou de africanos estudantes, mas de angolanos, moçambicanos, guineenses – sendo somente dois deles direcionados aos africanos de forma geral.

A reivindicação da nacionalidade transcende as organizações estudantis. Dos sites e grupos analisados, a maior parte se direciona a nacionalidades específicas; no caso dos grupos encontrados, são angolanos, guineenses, moçambicanos e ango-congoleses. Nas comunidades diaspóricas, segundo Stuart Hall (2003), as formas de vida da cultura de origem, denominadas tradicionais, continuam influenciando a autodefinição dos indivíduos, ao mesmo tempo em que operam conjuntamente com a vida social do país de acolhida. Agrupar-se no campo virtual é um exemplo real disso, num processo em que as comunidades não se desligam de suas raízes, e a partir do qual se faz necessário renegociar e redefinir padrões de relacionamento.

A organização a partir da nacionalidade pode ser considerada uma resposta à eliminação que se procede, no Brasil, das diversidades culturais, linguísticas e étnicas, processo anunciado por Kaly (2007), e a partir do qual ocorre a redução dos diversos grupos à categoria de monogrupo. Os que aqui chegam são chamados genericamente de africanos. No entanto, esses estudantes deixaram suas famílias em seus bairros e cidades – como Mancagne, Peul, Serere, Diola, Ibo, Banto, Soninké, Bambara, Dioula, Ewe, Touare, Dinka – embarcaram no avião como senegaleses,

guineenses, gaboneses, marfinenses, argelinos, egípcios, cabo-verdianos, angolanos, e chegaram ao Brasil sob o rótulo de africanos – diferentemente do que ocorre aos imigrantes europeus, asiáticos e norte-americanos, que são tratados a partir de suas nacionalidades próprias.

Os grupos submetidos à análise diferenciam-se substancialmente em relação ao número de seus membros. Existe, ao mesmo tempo, um grupo com mais de 14 mil membros e outro com apenas 17, por exemplo. Como pontua Amparo (2012) ao estudar as relações de sociabilidade entre jovens, nos grupos com número pouco expressivo de participantes as relações se realizam com pessoas com as quais se tem um contato frequente, consolidando, a partir da mediação do virtual, relações que se configuram presencialmente.

Em grupos ocupados por um número maior de pessoas, no entanto, é comum observar que as relações transcendem um limite territorial restrito e um determinado grupo de sociabilidade. São grupos mais plurais, em que seus membros diferem entre si de forma mais expressiva, até mesmo em relação à nacionalidade: são grupos em que brasileiros (que se encontram dentro ou fora do país) comumente se fazem presentes.

A comunicação, nesses espaços, se torna possível através do compartilhamento de elementos que articulam a cultura de origem com a cultura do país de acolhida, num movimento que, ao mesmo tempo que afasta, aproxima por meio da divulgação de fotos e notícias, por exemplo, a partir dos quais as similitudes existentes entre o “aqui” e o “lá” se tornam visíveis. Por outro lado, a diferença de nacionalidade – assim como fatores que decorrem dela – é reafirmada, o que pode ser compreendido como sintomático de certa tensão que se configura nas relações que existem sem a mediação do campo virtual, num país em que negros não são tão bem recebidos e tratados, como denunciado por Kaly (2007). As dificuldades impostas pela experiência migratória acabam por fazer com que esses africanos, mais uma vez, reivindiquem sua nacionalidade, sua origem e sua negritude, reforçando seus laços.

O sentir do grupo em relação à sua condição acaba por gerar efeitos discursivos e práticos e, nesse sentido, quanto mais minoritário ou memorizado, ameaçado ou marginalizado o grupo se sente, mais seus discursos identitários carregarão consigo a radicalização e dramatização de suas diferenças frente a outros grupos. Elaborar um discurso identitário étnico-cultural e anunciá-lo é, por si só, um ato político dentro de um sistema social étnica e culturalmente hierarquizado (ELHAJJI, 2001).

Não é possível – ainda que se considere a natureza heterogênea e multifacetada de todo sujeito contemporâneo – ignorar a relevância da dimensão grupal na formação identitária, assim como seu papel na recepção e tradução de discursos sociais, produção de significados e conformação da visão de mundo do sujeito. A emergência ou a afirmação desse tipo de identificação a uma comunidade diferenciada não pode ser entendida, no entanto, como uma atitude inata, “mas sim como uma reação relativa e proporcional ao sentimento de necessidade de perpetuação de uma marca simbólica determinada” (ELHAJJI, 2001, p. 3) frente a uma ameaça de opressão ou extinção. No caso da comunidade africana, a estratégia que conduz à sua perpetuação parece estar posta no requerimento da valorização e do conhecimento de sua origem e cultura.

Webdiáspora Portuguesa

4.1. Contexto histórico da imigração

Primeiro país europeu a empreender grandes navegações marítimas, Portugal colonizou o Brasil em 1500 e foi o país que teve o mais longo movimento emigratório para o Brasil. Durante o período colonial, chegavam ao Brasil colonizadores portugueses e escravos, e o processo de colonização foi lento até a chegada da corte ao país. Algumas políticas de povoamento foram implantadas nesse período, como as capitanias hereditárias, mas a ocupação portuguesa foi, por muito tempo, de exploração.

A coroa portuguesa restringiu a emigração de seus súditos no século XVII, mas mesmo com as restrições, famílias portuguesas continuavam a ocupar o Brasil. Cidades do Nordeste e Norte eram as que mais recebiam imigrantes à época. O crescimento intelectual, social e cultural só aconteceu em 1808, com a chegada da corte e abertura dos portos para estrangeiros (RODRIGUES, 2003).

No decorrer do século XIX, com a procura por mão de obra não-escravocrata, cresceu o número de imigrantes e os portugueses foram o segundo povo a imigrar para o Brasil em número, perdendo apenas para os italianos. Dentre as vantagens para a imigração portuguesa estavam a facilidade da língua e pagamentos das despesas de viagem pelo governo brasileiro (RODRIGUES, 2003).

Havia três tipos principais de imigrantes portugueses: “os que emigravam com a finalidade de obter uma carreira profissional, os que

emigravam para adquirir uma poupança e os que emigravam para fugir de uma situação de crise” (RODRIGUES apud LEITE, 2003, p. 15). Apesar do maior número de imigrantes nessa época concentrar-se no Rio de Janeiro e em São Paulo, as regiões Sul, Nordeste e o Estado de Minas Gerais também receberam um grande número de portugueses.

O grande fluxo da imigração portuguesa ocorreu entre 1910 e 1914, sofrendo uma queda após a Primeira Guerra Mundial. O fluxo emigratório só recomeçou a partir de 1920. Depois de 1941, a imigração portuguesa diminuiu, mas em 1960 que ocorreu uma queda significativa. Os imigrantes que aqui chegaram nessa década eram, geralmente, contrários à política de Portugal nas colônias africanas. Em 1974 ocorreu um novo grande fluxo de emigração portuguesa para o Brasil por motivos políticos, após a queda do regime salazarista. De acordo com Rodrigues (2003), o número de migrantes portugueses que escolhem o Brasil como destino decaiu na última década, não sendo o país prioritário. Apesar disso, há uma grande comunidade de portugueses e luso-descendentes.

No auge da migração portuguesa, os imigrantes chegavam ao Brasil em embarcações a vapor, na terceira classe, em péssimas condições de higiene, facilitando a proliferação de doenças. Eles aportavam no Rio de Janeiro e no Porto de Santos, de onde a maior parte dos imigrantes seguia para São Paulo, que, por conta da produção cafeeira, era a região que concentrava um grande contingente de imigrantes (RODRIGUES, 2003). Quando chegavam, os que não tinham onde ficar dirigiam-se para a Hospedaria dos Imigrantes, local que poderiam permanecer por até oito dias. No Rio de Janeiro, os imigrantes eram conduzidos para a Ilha das Flores. De grande importância para o desenvolvimento do país, os portugueses correspondiam à maior parte da mão de obra urbana e rural em algumas regiões do país (RODRIGUES, 2003).

O brasileiro não herdou dos portugueses apenas a língua, mas também traços da arquitetura, danças típicas, brincadeiras infantis e festividades. Até mesmo superstições relacionadas ao pão, como não atirá-lo fora, que é pecado, são herança de Portugal. Os portugueses

também influenciaram nossa culinária, introduzindo diversos ingredientes, frutas e legumes em nosso cultivo, além de receitas de doces como rabanadas, quindins, cocadas etc. No artesanato, algumas de nossas heranças são as olarias, os azulejos e os bordados herdados da Ilha da Madeira (RODRIGUES, 2003).

A relação entre brasileiros e portugueses é essencial para a história do Brasil como a compreendemos hoje, pois a imigração portuguesa construiu grande parte da nossa identidade. É a relação migratória mais antiga que mantemos e sua contribuição para nossa cultura é, ao lado da cultura africana e indígena, a mais forte.

Rodrigues afirma que em 2003 – período em que seu livro foi publicado –, o fluxo migratório entre Brasil e Portugal havia invertido: os brasileiros seguiam para Portugal, à procura de uma vida na Europa e de melhores condições de emprego.

Com a atual crise econômica vivida por Portugal e alto índice de desemprego no país – o país fechou 2013 com um índice de 15,5% (SILVA, CRISÓSTOMO, MARTINS, 2014) –, a migração portuguesa voltou a crescer nos últimos anos. Em 2013, verificou-se que cerca de 100 a 120 mil portugueses saíram do país a procura de oportunidades em outros países, especialmente na França (MEIRELES, 2014).

Apesar da facilidade da língua, o Brasil hoje não é o principal destino dos portugueses que estão à procura de emprego fora do país, pela burocracia em relação à documentação e pelo fato de que profissões como engenharia e arquitetura não têm qualificação equivalente nos dois países (MEIRELES, 2014). Isso demonstra que, apesar da proximidade cultural e linguística entre os dois países, até mesmo para imigrantes portugueses é difícil a regularização no país, que por suas burocracias dificulta a acolhida de estrangeiros.

Mesmo com as dificuldades enfrentadas no processo migratório, o Censo de 2010¹ apontou que os portugueses ainda ocupam uma posição de destaque entre os imigrantes que escolhem o Brasil para morar. Em

¹ Fonte: www.ibge.gov.br

2010, eram 21.376 imigrantes legalizados que residiam no país há mais de cinco anos, o que fazia Portugal ocupar o quinto lugar na lista.

4.2. Mapeamento

Portugueses no Brasil

(<https://www.facebook.com/groups/portuguesesnobrasil/>)



Figura 15 – Portugueses no Brasil

Em maio de 2014, o grupo no *Facebook* intitulado *Portugueses no Brasil* contava com mais de 7.300 usuários ativos. Entre os grupos analisados, é o que possui maior fluxo de informações e interações entre usuários, que utilizam a página para fins diversos, buscando facilitar a vida no país e manter vínculos. O grupo é formado por portugueses – e alguns brasileiros – que, constantemente, compartilham notícias, tiram dúvidas e buscam facilitar a vida daqueles que já estão no Brasil ou pretendem vir para cá. Os brasileiros presentes no grupo frequentemente desejam fazer o caminho inverso dos portugueses. É um grupo fechado, mas os moderadores aceitam qualquer um que solicite participação. Apesar de haver moderação, não há aparente liderança no grupo, mas alguns usuários que são mais ativos do que outros.

Portugueses no Brasil (PT no BR)

(<https://www.facebook.com/groups/ptnoabr/>)



Figura 16 - PT no BR

Apesar de ter o mesmo nome do grupo anterior, o grupo *PT no BR* é menor, mas com um perfil parecido. O objetivo é o compartilhamento de informações visando à interação entre portugueses residentes no Brasil ou interessados em migrar para o país. No grupo, é comum compartilhar notícias sobre Portugal, especialmente ligadas a esportes e política. Os temas postados pelos usuários variam, pois o grupo é um espaço livre para discussões variadas. É comum que os usuários postem fotos de Portugal, lembrando da terra natal com saudosismo, assim como utilizam o espaço para esclarecer dúvidas sobre o processo migratório.

Arquitectos e Engenheiros Cívicos Portugueses no Brasil

(<https://www.facebook.com/pages/Arquitectos-e-Engenheiros-Civis-Portugueses-no-Brasil/257449727647078>)



Figura 17 – Arquitectos e Engenheiros Port. no Brasil

Como o nome diz, a página *Arquitectos e Engenheiros Cívicos Portugueses no Brasil* reúne arquitetos e engenheiros civis portugueses que atuem ou desejam atuar no Brasil. Em maio de 2014, a página contava com mais de 450 curtidas, ou seja, mais de 450 usuários do *Facebook* acompanhavam as novidades postadas na página. Com poucas atualizações, a página virtual serve para informar profissionais portugueses da área, trazendo notícias sobre a construção civil e a regularização do registro profissional para que esses profissionais estejam aptos a atuar no país. A página serve como um espaço de encontro para os profissionais portugueses, para que se mantenham atualizados em relação à profissão e a como exercê-la no país.

Casa do Minho

(<http://www.minho.com.br/>)

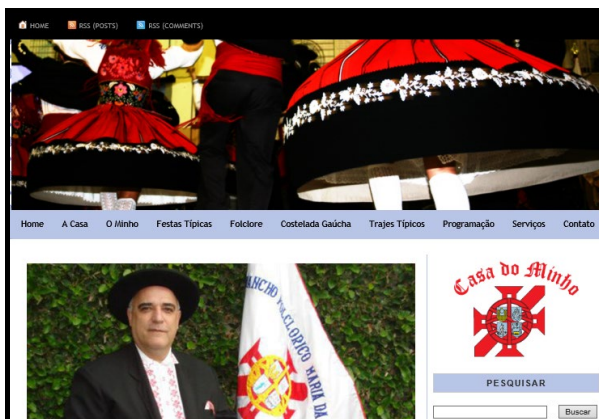


Figura 18 – Casa do Minho

O site *Casa do Minho* é um espaço virtual do clube português homônimo, localizado no Cosme Velho, Rio de Janeiro. Com caráter informativo, a página reúne histórico do clube, galeria de fotos e espaços destinados a divulgar a cultura portuguesa, como colunas no site com textos sobre folclore e trajes e festas típicas portuguesas. A Casa do Minho é um clube destinado à preservação da cultura entre os imigrantes portugueses. O site da associação folclórica ajuda a cumprir esse papel, servindo como um espaço virtual no qual os administradores da página compartilham, além da história de outros imigrantes, a história do próprio folclore português, perpetuando tradições no Brasil, ajudando-os a manter vínculo com a terra natal.

Portugal sem Passaporte

(<http://blog.opovo.com.br/portugalsempassaporte/>)



Figura 19 – Portugal sem Passaporte

O blog *Portugal sem Passaporte* é uma página dentro do site do jornal *O Povo*. Mantido pelo jornalista Graciliano Coutinho, é um espaço para a comunidade portuguesa no Brasil se manter informada não apenas sobre as notícias de Portugal, mas também das notícias do Brasil que podem afetar a comunidade portuguesa. Dividido por categorias, o blog tem postagens diárias sobre assuntos como economia, a comunidade lusa, notícias Brasil-Portugal, política portuguesa, turismo, cultura, uma categoria para assuntos gerais de Portugal, associações luso-brasileiras entre outros assuntos. É comum que o blog seja atualizado mais de uma vez por dia, devido ao grande número de informações disponíveis.

Conselho da Comunidade Luso-Brasileira do Estado de São Paulo (<http://www.cclb.org.br/index.html>)

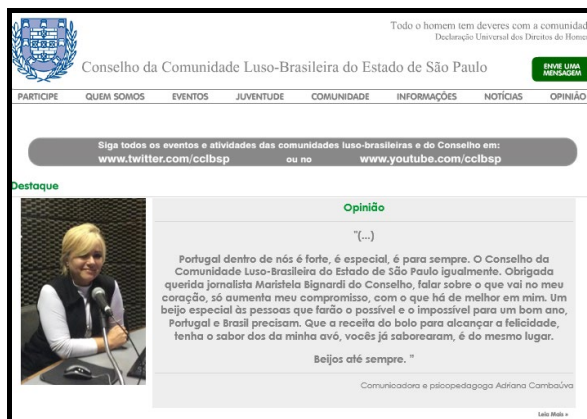


Figura 20 – CCLB

O site *Conselho da Comunidade Luso-Brasileira do Estado de São Paulo* é um espaço virtual para o CCLB-SP, que de acordo com a definição contida na própria página “é o órgão de convergência de todas as associações ligadas à comunidade e de todos os luso-brasileiros”. O espaço reúne informações sobre comunidades luso-brasileiras em todo o estado de São Paulo. Além de notícias em geral e da divulgação de futuros eventos, o site é dividido em diferentes sessões e páginas internas. Contém, ainda, diversas informações pertinentes aos integrantes da comunidade luso-brasileira, não apenas os residentes em São Paulo. Na área sobre o Conselho há, além do histórico da organização, um espaço no qual o internauta pode acessar o estatuto, funções, realizações, a diretoria e até mesmo as prestações de conta. No espaço destinado a eventos, além de listar os próximos eventos para a comunidade, também há fotos e vídeos de eventos anteriores. Há uma área destinada para os assuntos pertinentes à comunidade, como listagem de veículos de imprensa luso-brasileira e associações, consulados, grupos folclóricos, restaurantes típicos etc.

Mundo Lusíada

(<http://mundolusiada.com.br/>)



Figura 21 – Mundo Lusíada

O *Mundo Lusíada* é um grande jornal da comunidade luso-brasileira que possui versão digital. Além de notícias sobre a comunidade luso-brasileira – e a comunidade portuguesa em outros países, quando pertinente –, também traz notícias sobre Portugal. A versão digital possui cinco colunas “Economia, Cultura & Sociedade”, “Fado no Brasil”, “Opinião Luso-Descendente”, “Realidade Jurídica” e “Sociedade Brasileira”. Além disso, o portal também possui editoriais: “Acontece”, “Comunidade”, “CPLP”, “Cultura”, “Economia”, “Esporte”, “Gastronomia”, “Política” e “Turismo”. Também é possível ouvir a rádio virtual do *Mundo Lusíada* através do site e ter acesso à agenda de eventos. O site é atualizado diariamente com notícias e é um portal de referência para a comunidade luso-brasileira, por ser um dos mais antigos veículos de comunicação mantido pela comunidade portuguesa no Brasil.

Emprego no Brasil para Portugueses²

(<https://www.facebook.com/EmpregoNoBrasilParaPortugueses>)

A página no *Facebook* intitulada *Empregos no Brasil para Portugueses* é uma *fanpage* de uma consultoria especializada em assuntos de migração, que presta serviços para estrangeiros que desejam migrar para o Brasil, especialmente portugueses. A empresa presta serviços de legalização de documentos no Brasil e funciona como agência de empregos para portugueses que estejam à procura de trabalho no país. A página costuma postar notícias relacionadas à legalização jurídica de estrangeiros no Brasil, às ofertas de emprego e a qualquer outro tema relacionado à cidadania jurídica. Tem pouco mais de 5 mil curtidas e, apesar de pertencer a uma empresa, boa parte do conteúdo não está relacionado à empresa. Grande parcela do que é postado na página está relacionado às dúvidas sobre a legalização de portugueses no Brasil.

Casa das Beiras

(<http://www.casadasbeiras.com.br/>)



Figura 22 – Casa das Beiras

² No período da captura das imagens para ilustração desse trabalho (de 27/01/2014 a 15/02/2104), a página não estava disponível.

O site *Casa das Beiras* é a página oficial da instituição homônima, que possui o objetivo de reunir portugueses naturais das Beiras e fazer parte da integração entre os portugueses e os brasileiros. Fundada em 1953, a sua sede é na Tijuca, bairro do Rio de Janeiro. Conta com sua descrição e sua localização, além da afirmação “Visite a Casa das Beiras!”, na página principal, que convida quem conhece o site a visitar o local descrito. Apresenta também uma galeria de fotos do ambiente interno da Casa, números de fax e telefone e espaço próprio para entrar em contato com os responsáveis pelo portal em busca de mais informações sobre a instituição.

Casa de Viseu

(<http://www.casadeviseu.com.br/>)



Figura 23 – Casa de Viseu

Em 1966, uma reunião de 15 amigos tornou possível a criação de uma Casa com ideais de preservação das tradições lusitanas, a qual hoje é uma das mais tradicionais instituições luso-brasileiras do Rio de Janeiro e do Brasil, segundo informações disponíveis no próprio site da instituição, o *Casa de Viseu*. O portal apresenta a estrutura da instituição, que conta com sede social e campestre, além de disponibilizar aos visitantes a programação, na qual é possível saber mais informações sobre shows e

cursos oferecidos, ver a galeria de fotos do local e dos presidentes do mesmo, assim como os registros das atividades e participações em viagens dos membros e brasões dos Conselhos do Distrito de Viseu. Há também espaço para tornar-se associado da Casa, efetuar reservas e ainda entrar em contato com os responsáveis para maiores esclarecimentos, críticas ou sugestões.

Centro da Comunidade Luso-brasileira do Estado do Rio de Janeiro

[\(http://lusobrasilrj.blogspot.com.br/\)](http://lusobrasilrj.blogspot.com.br/)



Figura 24 – Centro da Comum. Luso-Brasileira RJ

O *Centro da Comunidade Luso-brasileira do Estado do Rio de Janeiro* foi criado em Niterói, em 1968. Segundo o próprio blog da instituição, que tem o mesmo nome, um de seus objetivos é o de promover a união de portugueses, brasileiros e luso-descendentes. Dentre os conteúdos abordados na página, estão fotos da imagem peregrina de Nossa Senhora de Fátima, Santuário de Fátima em Portugal, da visita ao monumento de Pedro Álvares Cabral. Também há destaque para monumentos importantes para a comunidade, como por exemplo o monumento de Nossa Senhora de Fátima, em Niterói. Além disso, há fotos e relatos sobre personalidades importantes, como ocorreu na visita do ex-primeiro ministro de Portugal, José Sócrates, ao Rio de Janeiro, em agosto de 2006. O portal

também apresenta redirecionamento para *links* de notícias e artigos sobre a comunidade luso-brasileira e aos temas relacionados a ela.

Casa dos Açores do Rio de Janeiro

(<http://casadosacoresrj.com/>)



Figura 25 – Casa dos Açores do Rio de Janeiro

A *Casa dos Açores* foi fundada com a presença do escritor e intelectual açoriano Vitorino Nemésio, no Rio de Janeiro. Em 1952, ele motivou a criação de um centro que reunisse açorianos e preservasse suas práticas culturais. Através de uma reunião com um grupo de açorianos, a instituição foi criada. Dois anos após a fundação, com muita divulgação através de jornais, a *Casa de Açores* foi inaugurada, segundo informações presentes no site, homônimo. A página do clube expõe relatos de sua história, relatos sobre a diretoria, sua localização, fotos e informações sobre suas instalações e sobre o Grupo Folclórico Padre Tomás Borba. Também conta com espaço para contato, notícias sobre eventos e com uma galeria de fotografias dos mesmos, além de histórias do arquipélago de Açores, de suas ilhas, e informações sobre comemorações religiosas.

Comunidade Portuguesa

(<http://www.comunidadeportuguesa.com.br/>)



Figura 26 – Comunidade Portuguesa

Comunidade Portuguesa é um site de encontros e relacionamentos da Comunidade Portuguesa no Brasil e no mundo. Nele, é possível ver o total de membros, homens e mulheres, de cada país. Fotos e informações pessoais básicas de pessoas online no momento também estão disponíveis, assim como imagens de membros de destaque no mês e testemunhos de pessoas que já passaram pelo site e conquistaram um bom relacionamento. Há, além disso, depoimentos de especialistas sobre o site, uma seção de busca por pessoas (de acordo com formação, profissão, religião e outras características), uma seção de contato com os responsáveis pela iniciativa e um tópico onde é possível enviar imagens de flores através de mensagens, por email. É necessário fazer o registro no site para criar um perfil e realizar contato com as pessoas vinculadas na rede. O objetivo do portal é o de auxiliar na aproximação de pessoas através da internet, para que elas possam se conhecer, se encontrar e construir relacionamentos de acordo com suas preferências.

Comunidade Portuguesa de Pernambuco

(<https://www.facebook.com/comportuguesaPE>)



Figura 27 – Conselho da Comum. Portuguesa de PE

Criada em 2011, a página do *Facebook Comunidade Portuguesa de Pernambuco* é destinada aos portugueses e luso-descendentes do estado de Pernambuco, e vinculada ao site Conselho da Comunidade Portuguesa de Pernambuco³. Curiosidades sobre o país de origem, gastronomia, música, esporte, arte, felicitações de datas importantes e notícias sobre a cultura portuguesa e sobre os portugueses no Brasil e, mais especificamente, em Pernambuco, são algumas das temáticas presentes na página. Além da divulgação de premiações, como a de prêmios da Academia Portuguesa de Cinema, e de eventos, como exposições de artes e lançamento de livros relacionados aos portugueses. Há, também, fotos de encontros e confraternizações entre membros, assim como fotos ilustrando as temáticas relatadas nas postagens.

³ Disponível em <http://www.comunidadeportuguesaPE.com.br/>

4.3. Análise

Foi analisado um total de sete páginas⁴, dentre sites, blogs, fóruns e grupos no *Facebook*. Cada postagem foi encaixada em uma das 11 categorias estabelecidas. São elas: 1) “Projeto de migração”; 2) “Famílias e relações transnacionais”; 3) “Vínculos informativos com o país de nascimento”; 4) “Consumo e produção cultural”; 5) “Aprendizado do idioma”; 6) “Cidadania jurídica”; 7) “Usos de mídias de migração”; 8) “Companhia e ócio”; 9) “Participação política”; 10) “Associativismo”; e 11) “Outros”.

Das 282 postagens analisadas nos sete sites, blogs e páginas do *Facebook* submetidas ao protocolo de pesquisa, a maioria (79) não seguiu um padrão de assunto e foi classificada na categoria “Outros”. Em seguida, vieram as categorias: “Vínculos informativos com o país de nascimento” (50 postagens), “Consumo e produção cultural” (42), “Projeto de migração” (32) e “Participação política” (23). Os outros temas tiveram participações mais tímidas. “Usos de mídias de migração” e “Associativismo” foram marcados em 16 publicações cada um, “Companhia e ócio” em 13, “Cidadania jurídica” em 10 e “Aprendizado do idioma” em apenas uma. A categoria “Famílias e relações transnacionais” não foi contemplada. É importante ressaltar que muitas postagens puderam ser identificadas em mais de uma classificação. Foram 52 neste caso.

Devido ao grande fluxo de informações na página e à dificuldade de realizar uma busca por período específico no *Facebook*, fizemos uma amostra construída do conteúdo do grupo *Portugueses no Brasil* no *Facebook*. Analisamos um total de cem postagens compartilhadas no grupo durante o mês de fevereiro de 2014. Já do grupo *Portugueses no Brasil (PT no BR)*, analisamos todo o conteúdo postado durante o período englobado pela nossa pesquisa.

Não há um padrão específico para as postagens compartilhadas no *Facebook*, pois o compartilhamento é livre e a cargo do usuário que pos-

⁴ *Portugueses no Brasil (PT no BR), Emprego no Brasil para Portugueses, Arquitectos e Engenheiros Cívics Portugueses no Brasil, Casa do Minho, Portugal sem Passaporte, Conselho da Comunidade Luso-Brasileira do Estado de São Paulo e Mundo Lusitana.*

ta. No grupo, os moderadores e administradores da página não costumam apagar tópicos, nem há regras do que deve ser compartilhado ou como, o que acontece em muitos outros grupos no *Facebook*.

Notamos que muitos usuários utilizam o grupo no *Facebook* para divulgar seus serviços. Constantemente algum usuário compartilha *links* para que outros possam conhecer a rádio virtual que mantém, além de divulgar blogs, sites e outras páginas que considerem de interesse de outros usuários. Analisando o conteúdo, também é muito comum encontrar usuários postando *links* e fotos de produtos que vendem, como por exemplo doces tradicionais portugueses.

Há um grande número de notícias sobre futebol. É comum que os usuários compartilhem não só notícias, mas também outros conteúdos, como tirinhas, fotografias etc. relacionadas ao tema. O time que mais costuma aparecer entre os comentários dos internautas que estão no grupo *Portugueses no Brasil* é o clube português Benfica, embora postagens sobre outras equipes de futebol eventualmente apareçam.

O debate político é constante entre os usuários, o que causa desconforto em alguns tópicos, rendendo discussões acaloradas sobre a situação política do Brasil e de Portugal. É comum que os internautas debatam sobre corrupção e tentem encontrar qual país está em melhor situação através dos debates, Portugal ou Brasil. Nesses tópicos, quase sempre há divergências políticas entre os usuários, que discutem seus pontos de vista e chegam até mesmo a ofender uns aos outros por causa de suas opiniões.

Os tópicos com maior participação dos usuários, porém, são os relacionados às dúvidas sobre o processo migratório. Os participantes da página mostraram-se solícitos ao esclarecer as questões dos colegas a respeito da documentação, que são as mais frequentes, compartilhando casos próprios nos comentários ou dando dicas a outros usuários. As respostas geralmente chegam no mesmo dia em que o usuário posta suas dúvidas.

As páginas, ao contrário dos grupos, são abertas para qualquer usuário, bastando “curtir” para acompanhar o conteúdo. Tanto na página *Empregos no Brasil para Portugueses* quanto na página *Arquitectos e*

Engenheiros Civis no Brasil, grande parte do conteúdo postado está relacionado à cidadania jurídica e aos projetos de migração.

A página *Clube Minho* é um exemplo de espaço virtual para preservação da memória portuguesa na mente dos imigrantes. As postagens são relacionadas ao consumo, à produção cultural e ao associativismo, voltadas para assuntos como culinária, grupos folclóricos, danças típicas etc.

Já o blog *Portugal sem Passaporte*, funciona como um espaço informativo para os imigrantes, pois boa parte do conteúdo são vínculos informativos com o país de nascimento. As notícias postadas no site do CCLB geralmente estão relacionadas à cultura. Como um conselho para unir as comunidades portuguesas, é normal a preocupação com a preservação da cultura.

Para a elaboração dos protocolos do site *Mundo Lusíada*, foi necessária uma análise diferenciada. O site não possui busca por período, apenas por palavras chaves. Como não era possível localizar as notícias postadas entre o período que a pesquisa abrange, escolhemos analisar apenas o conteúdo acessível através da página inicial.

Tal qual o blog *Portugal sem Passaporte*, o conteúdo do *Mundo Lusíada* é, em sua maioria, de vínculos informativos. Há muitas notícias relacionadas à política e à economia, grande parte sobre transações entre Portugal e Brasil.

Os espaços virtuais da comunidade portuguesa residente no Brasil são variados. Ao analisarmos os sites escolhidos, foi possível notar que boa parte das interações relacionadas à categoria “companhia e ócio” concentram-se nas páginas no *Facebook*.

4.4. Considerações finais

Pelas páginas analisadas, não foi possível perceber interações entre imigrantes e familiares que permaneceram no país de origem – a maior parte do que foi encontrado durante a análise dizia respeito a espaços

públicos, onde desconhecidos interagem. Apesar disso, as redes sociais mostram-se um importante espaço para interação e troca de informações entre imigrantes, que as utilizam como um facilitador para sanar dúvidas referentes ao projeto de migração. É comum que sejam utilizadas para tal fim, assim como para discutir trivialidades e opiniões sobre a vida em Portugal e no Brasil.

Apesar de muitos sites pertencerem a associações, eles não permitem interação entre internautas, o que os afasta do conteúdo produzido.

Considerando os sites analisados e o perfil dos usuários que encontramos nos grupos do *Facebook*, foi possível notar que boa parte dos imigrantes portugueses residentes no Brasil usa a internet como forma de se informar sobre o país de origem e sanar dúvidas a respeito de questões jurídicas etc.

Embora haja muitos grupos folclóricos espalhados pelo país e alguns deles mantenham uma página online, essas páginas funcionam como espaço para compartilhar cultura, mas principalmente para divulgar eventos e preservar a memória histórica do próprio grupo. Apesar disso, é possível notar que o espaço virtual existe apenas para registro, pois as atividades concentram-se principalmente no presencial.

Diante da amostra que tínhamos, ressaltamos que, no período analisado, a comunidade luso-brasileira que interage por meio da internet possui grande interesse em sanar dúvidas relacionadas à regulamentação jurídica e ao projeto de migração, além de buscar manter vínculos com o país de origem através de notícias ou do compartilhamento de conteúdo que remeta a Portugal, desde notícias até imagens e poemas saudosistas sobre a pátria.

Webdiáspora Alemã

5.1. Contexto histórico da imigração

Para traçar um panorama histórico que brevemente descreva o processo de imigração de alemães para o Brasil, este trabalho utilizou a obra de Joana de Paula Cidade Miranda, *Deutschum no Brasil: imigração, identidade e mídia étnica alemã*. A apresentação histórica é dividida por Joana entre a descrição do processo ao longo de quase todo o século XIX, “explicando as razões que levaram o império luso a buscar indivíduos em outras nações e o porquê da saída de determinadas pessoas de suas terras de origem” (MIRANDA, 2008, p. 14), e a investigação sobre “como foi o fluxo migratório nas décadas iniciais do século 20 e o que foi a campanha de nacionalização, projeto getulista que afetou sensivelmente os colonos e seus descendentes neste período” (MIRANDA, 2008, p. 33).

Em março de 1820, Dom João VI assinou um decreto que permitia a entrada de imigrantes não portugueses no Brasil. Os principais motivos desta decisão teriam sido a necessidade de colonizar áreas de vazios demográficos, especialmente onde as fronteiras com a América Espanhola ainda se encontravam indefinidas, e a crença segundo a qual os imigrantes trariam consigo técnicas e práticas que impulsionariam o desenvolvimento econômico do país.

Por que, entretanto, imigrantes europeus, e ainda mais especificamente, alemães? Segundo a autora, “nas primeiras décadas do século XIX existia o desejo, expresso pela política colonial de Dom João VI, de ‘bran-

quear' o Brasil, contrabalaceando a mão de obra escrava negra com trabalhadores brancos" (MIRANDA, 2008, p. 15). Ela cita Giralda Seyferth (2000) para entendermos que "a predominância de alemães nos primeiros projetos mais consistentes de colonização pode ser explicada pela presença influente de indivíduos de ascendência germânica junto ao governo imperial brasileiro". Outro motivo também é citado: espanhóis, holandeses, ingleses e franceses tinham interesses estrategicamente conflituosos com os objetivos da Corte portuguesa apresentados anteriormente.

Note-se que, no início do século XIX, a Alemanha ainda não existia enquanto Estado federal, e, portanto, o conceito de "alemão" utilizado é definido pela cultura germânica, ou *Deutschum*. Vale ressaltar que a situação da Europa do século XIX, com sua recente industrialização e, consequentemente, pobreza de artesãos e camponeses, tornou interessante a vinda de imigrantes, apesar de que, para isto, essas pessoas enfrentariam longas e precárias viagens através do Atlântico. A autora ainda introduz em sua obra um estudo publicado pelo Serviço Nacional de Divulgação Cultural Brasileiro. Este estudo, intitulado *História da imigração no Brasil: as famílias*, organiza o período de 1824 (data de início da primeira colônia bem-sucedida) até 1960, em seis etapas. A primeira etapa duraria até 1830 e seria interrompida pela Revolução Farroupilha e pela crise da gestão de Dom Pedro I. Na segunda etapa, após o fim da Revolução, em 1845, seria reiniciado o movimento migratório. Nesta etapa, que terminaria em 1859, destaca-se a criação da Lei das Terras, em 1850, que "determinou que os terrenos utilizados pelos colonos não fossem mais doados a eles e sim vendidos" (MIRANDA, 2008, p. 18). Até a Proclamação da República, em 1889, estender-se-ia a terceira etapa, com destaque para a abolição da escravatura, que intensificou a necessidade de mão de obra no Brasil. Ao final do Império, haviam sido fundadas cerca de 80 colônias alemãs. Joana Miranda contrasta ainda as experiências frustradas de colonização alemã no Brasil

antes da independência com as colônias que de fato se consolidaram aqui.

A autora cita ainda os anos pré-independência de 1818 e 1819, quando, na Bahia e no Rio de Janeiro, houve tentativas nas quais os colonos acabaram por se dispersar. Contudo, em 1824 foi estabelecida com sucesso a colônia e atual cidade de São Leopoldo. A partir de então, diversos outros empreendimentos se consolidaram pelo país, principalmente na região sul. Segundo Joana Miranda, isto ocorreu devido aos imensos vazios demográficos desta região, com ameaças iminentes em suas fronteiras. Outro fator teria sido o clima, desinteressante para plantação de produtos tropicais como o café, produtos estes bem cotados no mercado externo.

Pela divisão proposta, a Proclamação da República em 1889 teria iniciado a quarta etapa, marcada pelo início da Primeira Guerra Mundial, quando o fluxo migratório para o Brasil foi suspenso. Com o fim da guerra em 1919, começaria a quinta etapa, período de maior chegada de alemães no país. Este incremento na imigração é atribuído pela autora à grave crise econômica da Alemanha até 1930, e, após esta data, à ascensão do nazismo. Do início da Segunda Guerra Mundial, em 1939, até a década de 1960, desenrola-se a última etapa da divisão. Com a recuperação das nações europeias e uma crescente mentalidade nacionalista no Brasil, o contingente de imigrantes alemães viria a sofrer redução irreversível. Estendendo sua análise às condições de vida dos imigrantes alemães no Brasil do século XX, Joana Miranda trata dos efeitos das medidas nacionalistas tomadas por Getúlio Vargas durante o Estado Novo (1937 - 1945). Apesar de direcionadas para toda a população brasileira, as consequências destas medidas foram mais duras ao modo de vida dos imigrantes, principalmente pelo contexto de guerra à época. Além de restrições ao uso público do idioma, proibição de publicações, trocas forçadas de nomes de estabelecimentos, “a campanha também trouxe alguns problemas estruturais para as colônias, como o déficit de salas de aula gerado pelo fechamento de diversas escolas étnicas” (MIRANDA,

2008, p. 39). Segundo a autora, este empreendimento atingiria seu objetivo solidamente.

O cotidiano da maioria dos imigrantes alemães foi de fato alterado pelas pressões impostas pelo governo que, em alguns casos, acabou por interromper a transmissão das tradições às novas gerações. A autora conta que somente por volta de 1970 o pertencimento étnico haveria de ser revalorizado, com a volta da circulação de jornais e a retomada de atividades culturais tradicionais.

Chegando à análise contemporânea destes laços identitários, Joana Miranda aponta o protagonismo do turismo nas colônias como um grande fator de preservação da cultura germânica. Ela, contudo, aponta duas contribuições do turismo que são, de certo modo, antagônicas. Se, por um lado, ele geraria um “resgate deste passado imigratório histórico na tentativa de criar uma identidade diferenciada e atrair mais visitantes” (MIRANDA, 2008, p. 40), por outro ele reduziria a diversidade das e entre as culturas germânicas, isto é, a “pluralidade é trocada pela imagem que um turista esperaria de um local ‘alemão’: casas em enxaimel, salsichas, chucrute e cervejas, muitas cervejas” (MIRANDA, 2008, p. 41).

Algumas entrevistas realizadas pela autora em 2008 parecem sustentar a hipótese de que há uma presença mais intensa de costumes e uso de dialetos alemães em áreas rurais do sul brasileiro. Segundo estatística publicada pelo jornal *Deutsche Welle* em 2004 e citada na monografia, há mais ou menos um milhão de bilíngues na região sul do país, distribuídos entre os diversos dialetos alemães.

5.2. Mapeamento

BrasilAlemanha

(<http://www.brasilalemanha.com.br>)

The screenshot shows the website 'BrasilAlemanha' with a header containing a search bar, navigation links like 'Fale Conosco', and a main banner for the 'Calendário Oficial de Eventos 2014'. The main content area displays several news items in German, such as 'Gauck conclama Alemanha, após 70 anos, a relembrar Auschwitz' and 'Pesquisa inédita na América Latina busca baratear tratamento de água'. A right sidebar contains red buttons for 'Bandas & Músicos', 'Cidades alemãs no Brasil', 'Cidades Coimãs', 'Encontros de Família', 'Expo-Feira Universal Pernambuco BrasilAlemanha', 'Clubes de Dança Folclórica em Alemão Deutschvolkstanzgruppen', 'Rádio AVAL Programa nº 1.068', and 'Calendário Oficial de Eventos 2014 - 190 anos'.

Figura 28 – BrasilAlemanha

O portal bilíngue *BrasilAlemanha* é site abrangente, de viés informativo, contendo notícias dos dois países, relacionadas aos temas de economia, política, clima, esporte, turismo, eventos culturais etc.; além de possuir uma rádio que é transmitida no idioma alemão. Possui seis colunistas, que produzem matérias principalmente no idioma nativo. O site também destaca imagens, vídeos e parcerias, além de notícias veiculadas de outros sites. O *BrasilAlemanha* tem como foco principal o fortalecimento de laços entre o Brasil e não somente a Alemanha, como também a Áustria e Suíça alemã. O responsável por este portal, de caráter mais profissional, é Sílvio Aloysio Rockenbach, jornalista, licenciado em Filosofia, redator e locutor no jornal *Deutsche Welle* entre 1970 e 1983. Além do endereço virtual, possui um físico, localizado em Porto Alegre – RS.

Imigração Alemã

(<http://www.tonijochem.com.br>)

The screenshot shows the homepage of the website 'Imigração Alemã - Toni Jochem'. The header features the title 'Imigração Alemã' in a large, stylized font, with 'Toni JOCHEM' underneath. Below the title, it says 'PALHOÇA - SANTA CATARINA - BRASIL - ANO II - VERSÃO XLXXIV - ATUALIZAÇÃO: 15/03/2010'. A navigation menu on the left lists various categories like 'Mapa do Site', 'Curriculum Vitae', 'Família JOCHEM', 'Publicações - Livros', 'Colônias Alemãs', 'Col. S. P. Atzenare', 'Col. Vargem Grande', 'Colônia Santa Isabel', 'Colônia Piedade', 'Colônia Teresópolis', 'Imigrantes Alemães', 'Novas Pesquisas', 'Imigração Alemã', 'Links de interesse', 'Fórum de Discussão', 'Livro de Visitas', and 'Contato'. The main content area includes a dedication to German immigrants, a 'CHAT DA IMIGRAÇÃO' button, a 'Publicações' section with book covers, and a 'FÓRUM DE DISCUSSÃO' section with a text box and a link to a Yahoo! group. The footer shows visitor statistics: 'Visitante nº 84212 Desde 29/10/05'.

Figura 29 – Imigração Alemã Toni Jochem

O site *Imigração Alemã – Toni Jochem*, criado pelo filósofo e historiador Toni Jochem, de Santa Catarina, traz primordialmente informações históricas sobre colônias alemãs situadas no Brasil, principalmente na parte sul e sudeste do território brasileiro, assim como indicações de livros que escreveu, ou que teve alguma participação. Sem intenção de noticiar, o site não é atualizado desde março de 2010, servindo como acervo e consulta para o tema; incluindo nesse acervo artigos, mapas e tabelas com informações acerca dessas colônias (ano da fundação, fundador, nome da colônia e localização), como também de integrantes familiares que foram proprietários dessas terras e o período em que permaneceram em sua posse. O site ainda conta com artigos que correlacionam eventos tradicionais às imigrações alemãs ocorridas no passado.

Imigração Alemã

(<http://imigracaoalema.com/home>)



Figura 30 – Imigração Alemã (K.Braun)

O site *Imigração Alemã* é mantido por Felipe Kuhn Braun, de Novo Hamburgo-RS, escritor graduado em Jornalismo e Mestrando em História, além de ser diretor de Genealogia do Museu Histórico Visconde de São Leopoldo. Nesse site, é possível encontrar resenhas, artigos, históricos, entrevistas, reportagens e indicações de livros sobre a imigração germânica, assim como um grande acervo fotográfico e documental sobre seus descendentes e sua disseminação pelo sul do Brasil. Há, ainda, um setor dedicado ao estudo genealógico.

Associação Pró-Memória da Imigração Germânica

(<http://www.amigbrasil.org.br>)

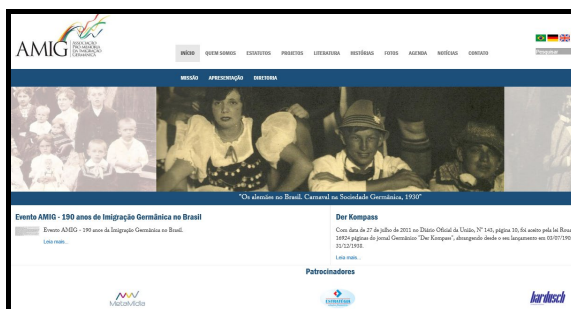


Figura 31 – Assoc. Pró-Memória da Imigr. Germânica

O portal *Associação Pró-Memória da Imigração Germânica* é a página oficial da Associação, uma organização sem fins lucrativos composta de pessoas que se oferecem para desempenhar suas funções executivas, sem qualquer pagamento de compensação, cujo intuito é a preservação da memória histórica, social e cultural dos povos de origem germânica ou que tenham relação afetiva, linguística, geográfica, étnica ou diletante com os mesmos. A proposta é o registro, documentação, acesso e disseminação de acervos históricos como fotografias e livros. A maioria dos contribuintes para o site reside no Sul do Brasil. O site ainda conta com a tradução para mais duas línguas além do português brasileiro (o inglês e o alemão).

Associação Família Emmerich

(<http://emmerich-afe.org>)



Figura 32 – Associação Família Emmerich

O site *Associação Família Emmerich* tem como finalidade integrar a família Emmerich e parentes próximos em qualquer região onde se encontrem, assim como promover pesquisas genealógicas e realizar encontros de confraternização. A associação foi instituída em janeiro de 2000. No site é possível encontrar fotos dos encontros assim como histórias e documentos da imigração. O site ainda conta com artigos referentes à origem e à história da Família, seja com os costumes ou as

personalidades importantes pertencentes a dela. Todo o site funciona como um sítio informativo e para arquivo.

Genealogia da Família Eller

(<http://www.familiaeller.com.br>)

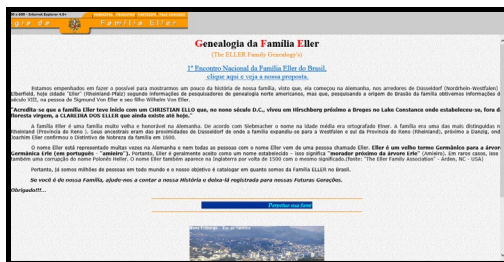


Figura 33 – Genealogia da Família Eller

O site *Genealogia da Família Eller* traz informações históricas, árvores genealógicas e fotos da família originalmente alemã, colona em Nova Friburgo/RJ. A página está disponível desde maio de 1999, no entanto, encontra-se desatualizada desde julho de 2011. Podemos encontrar ainda uma parte dedicada à venda de livros e objetos da cultura germânica (indisponível atualmente), assim como o brasão e a história da Família Eller.

A Saga de Jakob Melges

(<http://www.familiamelges.com.br>)



Figura 34 – A Saga de Jakob Melges

O portal *A Saga de Jakob Melges* apresenta artigos, informações históricas e árvores genealógicas sobre a imigração da família Melges da Alemanha para o Brasil. A página disponibiliza área para contato, a fim de trocar informações, além de possibilitar conhecer os autores desse projeto. O site, aparentemente, é dedicado para os familiares. O portal também disponibiliza uma área, destinada a formulários que auxiliam na catalogação da árvore genealógica e dos descendentes da família de Jakob Melges.

Rodrigo Trespach

(<http://www.rodrigorespach.com/category/imigracao-alema>)

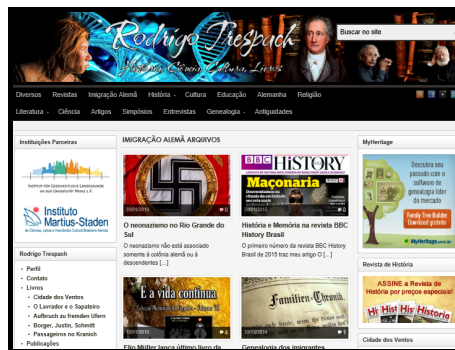


Figura 35 – Rodrigo Trespach

No site *Rodrigo Trespach*, que leva o nome do dono, há o link *Imigração Alemã*, que conduz a notícias recentemente atualizadas relacionadas à imigração alemã no Brasil, principalmente à comunidade desse povo, com notícias globais. A página ainda conta com informações genealógicas, culturais e científicas. Rodrigo tem colaborado principalmente com artigos para os jornais *Deutsche Zeitung*, de São Paulo, e *Zero Hora*, de Porto Alegre, entre outros. O site é um dos mais atualizados dentre todos os analisados ao longo deste trabalho.

Rádio Germânica

(<http://radiogermanica.com>)



Figura 36 – Rádio Germânica

O site *Rádio Germânica* possibilita ouvir músicas tradicionais alemãs, além de conter vídeos que apresentam ex-colônias alemãs em pauta. Outro destaque é que possui bastante publicidade voltada para cursos extracurriculares, graduações e oportunidades de emprego, sem qualquer ligação direta com a comunidade germânica. Apresenta, também, matérias voltadas para oportunidades de emprego na Alemanha, notícias sobre as embaixadas e sobre as festividades típicas do povo germano, principalmente eventos que acontecem na parte sul/sudeste do Brasil.

Alemães nas Américas

(<http://alemaesnasamericas.blogspot.com.br>)



Figura 37 - Alemães nas Américas

O blog *Alemães nas Américas* divulga estudos e notícias relacionados à imigração alemã. A última postagem é de junho de 2012, e há poucas informações sobre o autor. A página divulga arquivos originais e que faziam parte do passado de algum personagem germânico. A maioria dos arquivos postados é de cunho informativo, com fundamentação histórica, poucas fotos ou vídeos. É possível, ainda, encontrar postagens de acordo com citações de famílias previamente marcadas.

Memória do Povo Alemão

(<http://memoriadopovoalemao.blogspot.com.br>)



Figura 38 – Memória do Povo Alemão

O blog *Memória do Povo Alemão* foi criado para divulgação da história da Imigração alemã no Sul do Brasil. Nele, há reportagens, artigos em português e alemão, históricos, documentos, assinaturas e fotografias antigas, disponibilizadas graças o trabalho do jornalista e escritor Felipe Kuhn Braun. A maioria das matérias insere fotos históricas e/ou desenhos que são registros de uma família ou de um lugar, com pequenos artigos que desenvolvem a história ao redor de tal imagem – se não, apenas imagens e uma pequena descrição no título (qual família, ano, local), que podem ser facilmente acessadas na aba direita ao lado.

Comunidade Alemã do Bairro Friburgo

(<http://comunidadealemabairrofriburgo.blogspot.com.br>)



Figura 39 – Comunidade Alemã do Bairro Friburgo

O blog *Comunidade Alemã do Bairro Friburgo* tem suas atividades centradas na Igreja luterana, divulgando atividades e encontros – a igreja se localiza em Campinas, São Paulo. O blog ainda publica fotos dos encontros, informativos sobre próximos os eventos, programações e um mapa de como chegar à Sociedade Alemã do Bairro de Friburgo, Campinas/SP. No entanto, o blog é basicamente voltado para promover, divulgar e catalogar esses encontros.

Família Heringer

(<http://afamheringer.blogspot.com.br>)



Figura 40 – Família Heringer

Família Heringer é o blog dedicado a compartilhar e identificar as histórias da família descendente de alemães, Heringer. A página é mantida por duas componentes da família, com fotos de encontros e matérias relacionadas à cultura alemã. O blog ainda integra outras redes sociais, como o *Twitter* e o antigo *Orkut*. Além disso, mantém ainda outro site, no qual é possível cadastrar outros Heringer em um banco de dados destinado a catalogar os descendentes dessa Família.

Imigração Alemã no Brasil

(<https://br.groups.yahoo.com/neo/groups/imigracaoalema/info?yguid=188086789>)

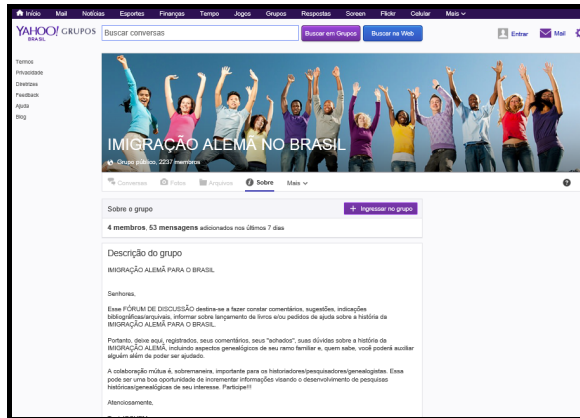


Figura 41 – Imigração Alemã no Brasil - Fórum

Organizado em tópicos, o intuito do fórum *Imigração Alemã no Brasil* é circular comentários, sugestões, indicações bibliográficas, informar sobre lançamento de livros e/ou pedidos de ajuda sobre a história da imigração alemã para o Brasil. Foi fundado no dia 11 de agosto de 2004, e hoje conta com aproximadamente 2234 participantes. É moderado pelo historiador Toni Jochem.

Pomeroder Zeitung

(<https://www.facebook.com/pomeroder.zeitung?fref=ts>)



Figura 42 – Pomeroder Zeitung

O *Pomeroder Zeitung*, de Pomerode, Santa Catarina, é um jornal presente no *Facebook*, com notícias principalmente da cidade, atualizadas e acompanhadas de imagens. A página traz eventos culturais da cidade, questões públicas sobre a mesma e vários *posts* acerca da festa mais famosa deles – a Festa Pomerana. Além disso, publica esporadicamente conteúdo da rádio da cidade, além de tratar de temas variados, como a segurança pública.

Die Zeitung

(<http://institucional.adjorisc.com.br/jornais/10/die-zeitung>)

The screenshot shows the website for 'Die Zeitung - Blumenau/SC'. It features a header with the ADJORISC logo and navigation links. The main content is divided into several sections:

- DADOS CADASTRAIS:**
 - Razão Social: Die Zeitung Gráfica Edit e Public Ltda - ME
 - CNPJ: 02.486.428/0001-22
 - Endereço: Rua Walter Knoessel 191, Itoupava Central, Blumenau - SC - Brasil, 89005-000
- DADOS TÉCNICOS:**
 - Periodicidade: quinzenal
 - Tiragem: 3000
 - Fechamento: 1ª e 3ª semana
 - Circulação: 2ª e 4ª semana
 - Largura da mancha: 28,00 cm
 - Altura da mancha: 32,00 cm
 - Nº de Colunas: 6
- HISTÓRICO E EVOLUÇÃO:**

Jornal Die Zeitung, a mais de 15 anos trazendo a informação de forma correta ao povo Blumenauense, hoje estando entre os jornais mais antigos da cidade mais com muita qualidade em suas matérias, anúncios procurando sempre trazer e trazer o melhor para seus leitores, o jornal hoje tem uma tiragem de 3.000 exemplares distribuídos de forma gratuita, jornal no formato tabloides contendo geralmente 8 páginas sendo 2 coloridas e 6 preto e branco, jornal rodado em off set para maior qualidade e rapidez dos anúncios e também para o cliente não precisar ter o cuidado em ler o jornal para não se sujar com a tinta e assim poder ler tranquilidade.
- Mapa:** A map of Santa Catarina state with a marker in Blumenau.
- SEDE EM BLUMENAU - SC:**
 - 309.011 habitantes
 - Região Vale do Itajaí
 - SDF de Blumenau
 - O jornal circula também em: Balneário Camboriú, Braço do Norte, Florianópolis, Caspar, Coronador Osório, Planos, João Pará, Tubarão.
 - Abrangência 392.290 habitantes
- TABELA DE PREÇOS:**

Noticiário (cm/cot)	
1ª Página	R\$ 168,52
3ª Página	R\$ 74,36
Varejo / Indústrias / Serviços	R\$ 34,00

Figura 43 - Die Zeitung

De Blumenau, Santa Catarina, o jornal *Die Zeitung* tem 15 anos de existência e é distribuído gratuitamente, sendo um dos mais antigos da cidade. O site traz, principalmente, informações técnicas acerca do jornal (como o número de tiragens e tabelas de preços para possíveis anúncios publicitários veiculados em suas páginas). Informa sobre seu compromisso em abranger o grande público e estar voltado para notícias em formato de tabloides.

Imigração Alemã no Brasil

(<https://www.facebook.com/ImigracaoAlemaNoBrasil?fref=ts>)

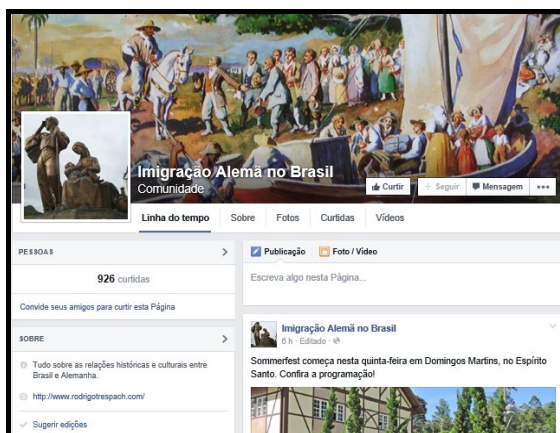


Figura 44 – Imigração Alemã no Brasil

A página do *Facebook* intitulada *Imigração Alemã no Brasil* foca em relações culturais e históricas entre Brasil e Alemanha. Traz para o público notícias relacionadas aos dois países, como conflitos religiosos, questões econômicas, culturais e sociais, além de publicar vídeos de cunho educativo acerca da história da Alemanha e de seus símbolos máximos (a bandeira e o hino nacional).

Deutsche in Brasilien

(<https://www.facebook.com/groups/1408388342740078>)



Figura 45 – Deutsche in Brasilien

A *Deutsche in Brasilien* é uma página no Facebook voltada para alemães recentemente imigrados. Por ser fechado, não foi possível fazer uma análise detalhada do conteúdo, uma vez que eles não aceitaram nosso pedido para entrar como membro.

Schweizer, Deutsche und Österreicher in Brasilien

(<https://www.facebook.com/groups/537170859676023/?fref=ts>)

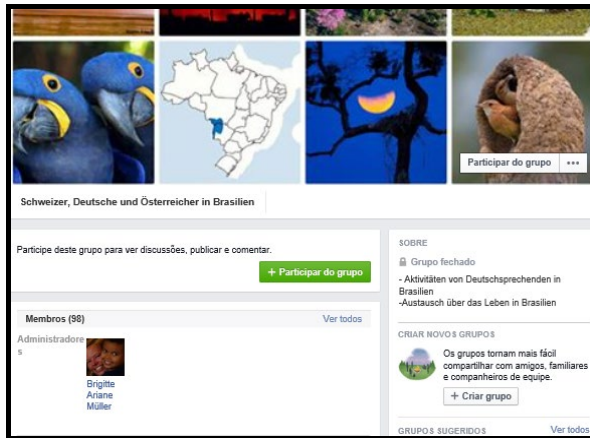


Figura 46 – Schweizer, Deutsche und Österreicher

A página do Facebook *Schweizer, Deutsche und Österreicher in Brasilien* não é voltada apenas aos imigrantes alemães no Brasil, mas também tem como público-alvo austríacos e suíços. Por ser um grupo fechado, não foi possível fazer uma análise do conteúdo detalhada, uma vez que os administradores não aceitaram nosso pedido para entrar como membro.

Descendentes de Alemães

(<https://www.facebook.com/groups/descendentesdealemaes/?fref=ts>)

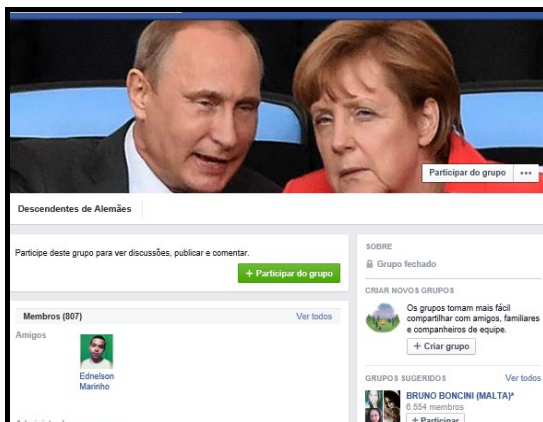


Figura 47 – Descendentes de Alemães

Descendentes de Alemães é uma página do Facebook voltada à pesquisa história sobre a temática da imigração alemã para o Brasil. Por ser fechado, não foi possível fazer uma análise detalhada do conteúdo, uma vez que eles não aceitaram nosso pedido para entrar como membro.

Sociedade Cultural Alemã de Joinville

(<https://www.facebook.com/pages/Sociedade-Cultural-Alem%C3%A3-de-JoinvilleSCAJ/220298504761403?fref=ts>)



Figura 48 – SCAJ

Sociedade Cultural Alemã de Joinville é uma associação fundada em Joinville, Santa Catarina, em 1999, cujo objetivo é contribuir para o resgate da cultura germânica. Além disso, a página republica notícias inerentes à comunidade, assim como fotos de encontros, cursos online sobre a língua alemã, personalidades imigrantes de destaque dessa

comunidade e eventos culturais e/ou encontros

e lugares da parte Sul do Brasil que mantêm alguma tradição germânica, que tenha algum fator participativo de tal cultura.

5.3. Análise

As sete páginas analisadas¹ totalizaram 154 textos, que foram aplicados ao protocolo de pesquisa. Desse total, o assunto que mais se repetiu ficou na categoria “Consumo e produção cultural” de análise, com 42 postagens. Em seguida, vêm a categoria “Famílias e relações transnacionais”, com 41 postagens, e a categoria “Outros” (39). Outros assuntos foram recorrentes, no entanto, apareceram poucas vezes. É o caso das categorias: “Companhia e ócio” (19 postagens), “Projeto de migração”, com 7 postagens, e “Aprendizado do idioma” (6 postagens). As demais categorias não foram contempladas.

A página do *Facebook Imigração Alemã no Brasil* pode ser considerada menos interativa que expositiva ao apresentar majoritariamente informações culturais, como grupos de folclore, receitas e pinturas tipicamente alemãs. Assim, a relevância, além da difusão de conhecimentos, é o acompanhamento da presença cultural germânica em movimentos e instituições.

Também no *Facebook, Deutsche in Brasilien* tem, contudo, muito mais interações entre seus participantes – que se comunicam principalmente em alemão –, interessados em informações sobre suas próprias

¹ Rodrigo Trespach, *Comunidade Alemã do Bairro Friburgo, Imigração Alemã no Brasil – Fórum, Pomeroder Zeitung, Imigração Alemã no Brasil, Deutsche in Brasilien e Sociedade Cultural Alemã de Joinville.*

condições de imigração. É interessante notar que mesmo que haja muitos brasileiros na comunidade, o interesse histórico muito presente em outros grupos não se verifica nesta página. Entre os assuntos, dominam os relacionados a empregos, idioma e companhia.

A *Sociedade Cultural Alemã de Joinville*, também com página no *Facebook*, tem os vínculos da tradição alemã associados a shows musicais, especialmente de jazz.

O fórum de discussão *Imigração Alemã no Brasil* é a mais movimentada comunidade analisada. Quase totalmente voltado à pesquisa genealógica tanto de parentes quanto de outras famílias, incluindo pesquisadores de diversas nacionalidades. A grande movimentação do site parece estabelecer alguns contatos mais informais entre membros, que acabam formando uma malha homogênea de pessoas buscando informações sobre imigrantes alemães e fatos históricos relacionados. Isto cria certo peso político a esta comunidade, que pode articular-se em avaliar as condições de pesquisa sobre o assunto.

O blog *Comunidade Alemã do Bairro Friburgo* trata essencialmente da questão religiosa, especificamente a luterana. Convites e divulgações são publicados, dando uma função de cordialidade e agregamento local entre os associados identificados com a cultura alemã.

O jornal *Pomeroder Zeitung*, analisado a partir de sua página no *Facebook*, mescla informações culturais diversas com notícias políticas. O foco não é exclusivamente voltado à cultura alemã, conquanto esta esteja marcada em certos eventos, como por exemplo a Páscoa. A movimentação de acontecimentos da cidade – caracteristicamente alemã – é o principal eixo central do jornal.

Finalmente, o site de Rodrigo Trespach traz com grande frequência notícias culturais exclusivamente alemãs, sejam históricas (sobre vinda dos imigrantes) ou atuais (exposições em museus e universidades). O próprio autor inclui suas publicações no site, conduzido jornalisticamente e abrangendo diversas regiões do país.

5.4. Considerações finais

A partir desses levantamentos, é possível constatar duas vertentes no uso das mídias de internet relacionadas à imigração de alemães no Brasil. Uma primeira, representada por pesquisadores informais ou cientistas profissionais em busca de informações históricas e genealógicas de famílias e eventos da Alemanha, em que há desde a troca de documentos e identificação de parentes longínquos até a confirmação de fatos históricos na Alemanha nazista. Nesse sentido, pode-se ainda localizar descendentes de imigrantes alemães que se interessam pela cultura típica disponibilizada, da arquitetura à gastronômica. Em um segundo aspecto, encontram-se, não descendentes ou pesquisadores, mas sim pessoas que imigraram ou pretendem imigrar da Alemanha para o Brasil. Como é relativamente fácil encontrar informações sobre a Alemanha em portais renomados de instituições como o Instituto Goethe ou empresas de comunicação como a *Deutsche Welle*, o principal canal utilizado, *Facebook*, serve para trocar informações relativas à estabilidade econômica e afetiva do imigrante. Ou seja, predomina o uso com fins de veicular possibilidades de emprego e dicas para lazer.

É interessante associar esse primeiro segmento identificado com o que Stuart Hall analisa em *A identidade cultural na pós-modernidade*, entendendo que as mudanças estruturais globalizantes ocorridas nas sociedades ocidentais do final do século XXI, não obstante terem fragmentado a antes centralizada identidade dos indivíduos (HALL, 1992, p. 12), levaram a um fortalecimento das identidades locais e até mesmo à produção de novas identidades (HALL, 1992, p. 78). Dessa maneira, verifica-se neste trabalho uma notável intensidade de interesse na cultura e nas raízes alemãs, e não uma simples dissolução destas.

Quanto ao segmento dos atuais imigrantes, podemos dizer que existe “uma multiplicidade de identificações, vínculos e cruzamentos culturais e não apenas a polarização entre identidades nacionais homogêneas dos países de origem e de migração” (COGO, 2012, p. 47). Se se

pretendesse traçar uma categoria de imigrantes alemães que utilizam a rede, esta deveria ser ampla a ponto de acomodar estudantes à procura de indicações de atrações, e empresários sondando possibilidades de transações.

Assim, uma dupla função da *Webdiáspora* deve ser compreendida através deste estudo, quais sejam, a de mobilização e a de vínculo. Em outras palavras, a possibilidade de troca de informações atualizadas e, no limite, políticas, e a preservação da cultural tradicional original do imigrante.

Webdiáspora Italiana

6.1. Contexto histórico da imigração

Entre 1870 e 1970, 26 milhões de italianos emigraram. Desse grandioso número, boa parte voltou para seu país de origem. No entanto, de 7 a 8 milhões de pessoas não retornaram. O final do século XIX e o início do século XX representaram o período áureo da imigração italiana para a América, época conhecida pelos massivos fluxos imigratórios em toda a Europa e na qual chegaram no Brasil mais de um milhão de imigrantes italianos. Eis que os italianos representaram um grupo bastante peculiar aqui no país, promovendo a italianidade brasileira.

O Segundo Reinado representou um período de contenção das revoltas provinciais que assolavam o império até então. Campanhas militares sob a responsabilidade de Duque de Caxias no governo de Dom Pedro II permitiram o país tivesse relativa estabilidade política. A crise do império brasileiro, convencionalmente, dá-se por volta de 1870, quando já se apontava para uma década política e economicamente turbulenta na história do Brasil. O país, até então agrário e de mão de obra predominantemente escrava e negra, passou a sofrer pressões internacionais da Inglaterra – até a década de 1888, quando a escravidão foi, em trâmites legais, abolida pela Princesa Isabel – para acabar com esse tipo de trabalho. Iniciou-se, então, uma política de substituição da mão de obra escrava e, juntamente com o ideal de branqueamento da população, os dois foram fatores para impulsionar o incentivo aos fluxos migratórios europeus em direção ao Brasil.

O Império Brasileiro entrou em crise devido às questões escravocrata, religiosa e militar, o último sendo o grupo do qual surgiu o movimento que proclamaria a República, em 1889. E foi justamente na República Velha que os italianos se tornaram o grupo de maior quantidade de imigrantes a se deslocar para o Brasil. Com a primeira grande guerra, o Brasil sofreu um surto de industrialização, visto que as importações reduziram em quantidade. Isso favoreceu ainda mais o uso de mão de obra imigrante.

Concomitantemente ao período de crise do Segundo Reinado havia, na Europa, uma Itália assolada pelas lutas de unificação do país. Assim, a população rural e pobre não conseguia conviver com suas pequenas propriedades, e a população que se deslocava para as cidades em busca de trabalho não obtinha subsídios suficientes. Além disso, como é possível observar no livro *Os Italianos*, de João Fábio Bertonha, o italiano é culturalmente peculiar: naturalizou-se a ideia de que o processo de migrar para trabalhar ou, em alguns casos, estudar, era um processo necessário na vida de qualquer italiano. Aliando-se essa questão da cultura a problemas locais como fome e pobreza, é possível entender os motivos que levaram o governo italiano a estimular a emigração como solução de sobrevivência. Através da imigração subvencionada, milhares de famílias tinham financiados os gastos com transporte e moradia, daí o uso do imigrante como mão de obra assalariada. Assim, foram promovidos os fluxos imigratórios da Itália para o Brasil. Posteriormente a 1920, os fluxos tornaram-se cada vez menores e, hoje, os italianos que vêm para o Brasil representam um tipo de imigração na qual não há, necessariamente, uma fixação no território.

O IBGE estima que, durante a grande corrente migratória, cerca de 46% dos imigrantes que aqui chegaram eram italianos, o que corresponderia a cerca de 1,4 milhões do total de 3,3 milhões de imigrantes que vieram para o Brasil. Diferentemente do que se pensa, os italianos que vinham para cá não se destinavam apenas às lavouras ou ao campo: muitos imigrantes iam para colônias de povoamento ou traziam suas

economias para o Brasil, de modo a terem dinheiro suficiente para conseguirem comprar pequenas propriedades. Além disso, a proximidade com a língua e a religião predominantes no Brasil teria feito com que o italiano, além de corresponder ao requisito de branquear a população, fosse facilmente assimilável. Os italianos passaram a ser vistos como um povo de trabalhadores caracteristicamente fortes e produtivos.

Ainda que fluxos de italianos tenham vindo de toda a Europa, a maior parte dos imigrantes italianos que chegaram ao Brasil vieram das regiões de Vêneto, Lombardia, Câmpania e Calábria. Foi nas regiões Sul e Sudeste que a maior parte dos imigrantes se dirigiu quando chegou ao país. As cidades que mais receberam italianos foram São Paulo e Rio de Janeiro. Enquanto na primeira chegaram a construir o rótulo de “cidade italiana” com cerca de 90% dos 50 mil funcionários empregados nas fábricas brasileiras pertencentes à esta nacionalidade, na segunda dividiam espaço com portugueses, espanhóis e brasileiros. No que tange às cidades, a questão das moradias era bastante complicada e fazia com que fosse crescente o surgimento de cortiços em determinados bairros étnicos, como Brás e Bixiga, em São Paulo.

Politicamente, os italianos que aqui chegavam eram bastante ativos. Resquícios das inseguranças do cenário político europeu e a revolta com as condições de trabalho faziam com que italianos constantemente participassem de grupos grevistas. Além disso, muitos estavam ligados a lideranças, associações operárias, ligas e sindicatos, majoritariamente de orientações socialistas ou anarquistas.

A identificação italiana, o orgulho de ser italiano ou a italianidade, foi um processo que ressignificou a cultura dos italianos em terras brasileiras, para além das influências do fascismo de Mussolini, pelo entendimento do que caracterizava a Itália e os indivíduos oriundos do país. Assim, sempre fiéis à sua nacionalidade, produzindo e consumindo cultura, os italianos foram responsáveis por construir o Brasil como um país de cultura intrinsecamente ligada às questões imigratórias. A questão da religiosidade e a ligação dos italianos com o catolicismo, por

exemplo, influenciaram muito e têm papel fundamental no que temos como Brasil católico nos dias de hoje. Além disso, é impossível pensar a cultura gastronômica brasileira sem considerar a cultura de massas, molhos e vinhos dos italianos. Os italianos, sempre mantendo vínculos informativos fortes com a Itália, também influenciaram a arte brasileira com as mudanças europeias proporcionadas pelo *resorgimento*.

O site *migramundo.com* estima que, hoje, 30 milhões de brasileiros sejam *oriundi* ou ítalo-descendentes. Em termos de fluxos migratórios, o número de imigrantes italianos que chegam ao Brasil é muito inferior ao número de ítalo-descendentes que partem daqui para a Itália. Daí o grande interesse dos brasileiros na dupla cidadania. Os italianos correspondem ao segundo maior grupo de imigrantes que veio para o Brasil, estando atrás apenas de Portugal.

6.2. Mapeamento

Portal Itália Brasil

(<http://portaitalia.com.br/>)



Figura 49 - Portal Itália

O *Portal Itália Brasil* traz um rico conteúdo para os imigrantes italianos que vieram para o Brasil, independentemente da época. O

interessante é que se trata de um portal que não se limita apenas à transmissão de notícias sobre a Itália ou à documentação que envolve a obtenção da cidadania italiana, tão procurada ultimamente. Traz, também, dados culturais acerca da ideia da comunidade, envolvendo informações como a história da imigração italiana e a genealogia de famílias, até associações e instituições ligadas às questões de imigração, passando por assuntos como vestuário, esportes, artes, artesanato, shoppings e restaurantes. A página apresenta divisões e subdivisões bastante informativas, porém com layout pouco claro.

Oriundi

(<http://www.oriundi.net/site/oriundi.php> e <https://www.facebook.com/pages/ORIUNDINET/136162189729037?ref=ts>)



Figura 50 – Oriundi

O site *Oriundi.net* se propõe a fazer jornalismo para indivíduos oriundos da Itália que moram no Brasil. A página não se limita apenas à transmissão de notícias sobre os naturais italianos. Tornou-se um portal de distribuição de notícias sobre e para a Itália. O conteúdo é veiculado tanto em português quanto em italiano. No entanto, a predominância do idioma estrangeiro dificulta o uso por parte de quem não tenha conhecimento da língua. A página no *Facebook* universaliza mais seu conteúdo,

visto que a maior parte das postagens é em língua portuguesa. O site e página são bastante interativos, e têm muitas visualizações.

Insieme – A revista italiana daqui

(<http://www.insieme.com.br/>)



Figura 51 – Insieme

O site *Insieme – A revista italiana daqui* traz conteúdo sobre a Itália, sobre a comunidade ítalo-brasileira e sobre os processos de fluxos migratórios, formação cultural e de cidadania jurídica. É disponibilizado na página um conteúdo bastante variado e bastante informativo, principalmente para aqueles que têm algum projeto de migração ou que possuem vínculos fortes com a Itália, oriundos ou descendentes. É bastante informativo, interativo, organizado e dá a possibilidade de uma assinatura da revista impressa.

Imigração Italiana no Brasil

(<http://imigracaoitalinanobrasil.blogspot.com.br/>)



Figura 52 – Imigração Italiana no Brasil

O blog da descendente de italianos Marcela Cocco, intitulado *Imigração Italiana no Brasil*, trata da imigração em seu viés cultural. Há um especial interesse na região da Sardenha, área de proveniência da família da autora. A página possui design simples, com o conteúdo dividido em sessões. Há listagem em ordem alfabética dos nomes dos migrantes com detalhes do ano da chegada ao Brasil, dos navios e os estados de destino. Além disso, há uma sessão em construção que estuda os sobrenomes italianos analisando não só região de origem como, em alguns casos, significado do nome. Os imigrantes têm perfil traçado através de dados como estado civil, cidade de origem, idade e cidade de destino. Há fotografias e o relato pessoal da jornada dos tataravôs da autora, da Sardenha até a atual cidade de Juiz de Fora, em Minas Gerais.

Portal da Família Strapazzon

(<http://www.portalstrapazzon.cgst.com.br/>)

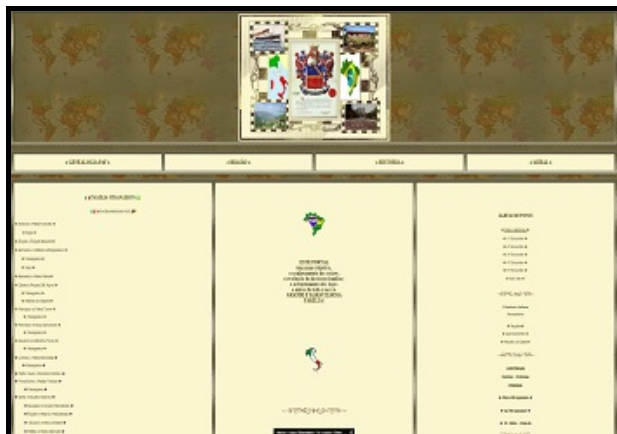


Figura 53 – Família Strapazzon

O *Portal da Família Strapazzon* tem como objetivo unir a linhagem de descendentes dessa família de italianos migrantes no Brasil, para promover encontros familiares. Além disso, oferece informações a respeito da família, com uma lista detalhada dos imigrantes e dos seus respectivos descendentes, alguns contando com data de nascimento, local de proveniência e história dos antepassados, estudo da origem do nome da família e da história do brasão. Contém, ainda, informações gerais a respeito da imigração italiana para o Brasil, como por exemplo listas de navios e uma grande seleção de *links* para sites de outras famílias. O site é particularmente interessante ao disponibilizar diversas histórias de vida de migrantes e seus motivos para mudarem de país. Alguns sociais, como a dificuldade de manutenção da vida na Itália da época, e outros particulares, como brigas e tragédias familiares, o que também constitui um relato histórico que, de certa forma, nos aproxima da realidade da época.

Itália Amiga

(<http://www.italiamiga.com.br/>)



Figura 54 – ItáIia Amiga

O site *ItáIia Amiga* é bastante desorganizado no que tange ao seu layout e ao seu potencial de interatividade. A disposição das notícias, sobre a Itália e sobre acontecimentos que giram em torno da relação Itália-Brasil, é confusa e atrapalha na visualização do que é veiculado. O que permite uma maior organização é o fato de haver uma barra superior com uma divisão por temas e subtemas. As cores da página são contrastantes demais e acabam por ofuscar a visão do visitante.

Comunità Italiana

(<http://www.comunitaitaliana.com/site/> e <https://www.facebook.com/comunitaitalianapage>)



Figura 55 – Comunità Italiana

O site *Comunità Italiana* é a página virtual da famosa revista feita para a comunidade italo-brasileira. O conteúdo disponível é veiculado tanto em italiano quanto em português, o que dificulta no entendimento das postagens daquele que é leigo no idioma. O site é bem organizado, bem interativo e traz as notícias das edições mensais da revista, que também é veiculada impressa, de forma bem dinâmica. A página no *Facebook* é atualizada com bastante frequência e traz um conteúdo bastante variado e mais descontraído do que o site, além das últimas edições e da comunicação entre site oficial e *fanpage*.

Família Briatore

(<http://familiabriatore.blogspot.com.br/>)



Figura 56 – Família Briatore

A página virtual *Família Briatore*, de Geucimar Briatore, é pertencente à quarta geração da família no Brasil e tem como objetivo reunir informações a respeito da origem dos Briatore, desde o sobrenome até a árvore genealógica. Possui relativamente poucas publicações, mas ainda assim contém conteúdo relevante, de caráter histórico e atual. O blog traz o interessante relato de imigração dos primeiros membros da família que deixaram a Itália, delineando o momento histórico pelo qual o país passava. Também há outras informações, como por exemplo a primeira lei de incentivo à imigração do Estado do Paraná, na íntegra, e o contrato entre Brasil e Itália, que regularizou as relações de emigração/imigração.

Família Perini

(<http://www.familiaperini.com.br/>)



Figura 57 – Família Perini

O site *Família Perini*, sem informações a respeito da autoria, tem como objetivo formar uma rede de comunicação entre os familiares, para realizar encontros. Diferentemente dos demais sites deste tipo, neste endereço o fórum é o foco, sendo possível se cadastrar para publicar conteúdo e cadastrar sua família. A página possui algumas informações incompletas ou vagas, como a aba “Perini nel Mondo”, que cita outros locais onde é possível encontrar membros dessa família. Além de informações específicas, o site também disponibiliza conteúdo a respeito da cultura italiana, como músicas e informações turísticas sobre locais usualmente visitados do país. O site também possui conteúdo em italiano, além do português.

Círculo Sardo de Minas Gerais

(<http://www.circolosardomg.com.br/>)



Figura 58 – Círculo Sardo de Minas Gerais

O site *Circolo Sardo de Minas Gerais* é a página virtual de uma associação de descendentes de migrantes oriundos da ilha de Sardenha. Seus conteúdos são voltados à organização de encontros e à manutenção da cultura italiana no Brasil. A página também concentra informações diversas, em português e italiano, como histórias de vida de famílias, os motivos da sua emigração e o percurso até a cidade de destino final. São publicadas fotos de locais turísticos da ilha de Sardenha e informações gerais a respeito da geografia, da cultura e dos costumes locais. É disponibilizada, na página, uma lista de sobrenomes sardenhos. O site também traz um ótimo relato histórico a respeito dos italianos na ilha. A sessão de *links* do site é particularmente interessante, uma vez que é possível encontrar desde *links* para dicionários online, sites sardenhos e outros com conteúdo a respeito da imigração.

Família Fantini

(<http://www.familiafantini.com.br/capa.asp>)



Figura 59 – Família Fantini

O site *Família Fantini*, de interface interativa e de fácil acesso, foi criado para reunir informações a respeito da história dessa família de descendentes de imigrantes italianos. A página contém o histórico da família na Itália e no Brasil apresentando relatos que narram os motivos que levaram à imigração dessas pessoas. O site também tem informações relevantes a respeito do processo de obtenção de cidadania italiana. Além disso, há informações gerais a respeito da Itália, com sessões sobre cultura, gastronomia, esporte e outras características culturais e sociais do país. A sessão “Comacchio”, que trata da cidade de origem dos antepassados da família, é particularmente interessante, visto que publica belas fotos e curiosidades sobre a Itália. Há, também, uma sessão à parte, que se dedica a contar a história da genealogia dos sobrenomes italianos desde a época do Império Romano.

Blog do Ale – Itália

(<http://blogdoaleitalia.blogspot.com.br/>)



Figura 60 – Blog do Ale - Itália

O *Blog do Ale – Itália* foi criado por Alexandre Larena, também fundador do grupo *Ale'Itália*. Hoje é coordenada por Leila Ossola, professora e pesquisadora em genealogia, a página traz postagens diversas e divisão variada: arte, esporte, gastronomia, questões judiciais, notícias, fotos, histórias de famílias, *links* úteis, música, língua, literatura e fatos históricos. Tanto há conteúdo em italiano quanto em português. Há cobertura de eventos e festas feitas por e para imigrantes, assim como de festas organizadas na própria Itália. A página divide seu conteúdo por mês de postagem. Além disso, por se tratar de um site vinculado ao grupo *Ale'Italia*, especializado em genealogia, há a propaganda do fornecedor de serviços.

Famiglia Chiaramonte

(<http://famigliachiaramonte.wordpress.com/>)



Figura 61 – Família Chiaramonte

O site *Famiglia Chiaramonte* é voltado à produção de conteúdo relacionado à família de imigrantes Chiaramonte, além de se tratar de uma página onde o encontro familiar do grupo é organizado. A página possui dados históricos da linhagem e uma fototeca. Além disso, o endereço eletrônico disponibiliza documentos e a lista de vapores que trouxeram a família para o Brasil. Para os usuários interessados em se informar acerca dos Chiaramonte, a própria família disponibiliza seu contato.

Sardegna Terramía

(<http://sardegnaterramia.wordpress.com/>)



Figura 62 - Sardegnaterramia

O site *Sardegna Terramía* é de autoria de Lucinha Dettori, sarda de origem. A página traz conteúdo relacionado à Sardenha e aos imigrantes provenientes dessa ilha. A maior parte do material disponibilizado são artigos, em português e em italiano, de caráter informativo acerca de questões culturais enaltecedoras da região italiana. A página tem a intenção de exaltar a cultura sarda em suas especificidades dentro da cultura italiana. O design não oferece interatividade e não possibilita uma leitura clara do conteúdo disponibilizado, por conta do site utilizar cores muito saturadas.

Família Pierdoná

(<http://famiapierdona.blogspot.com.br/>)



Figura 63 – Família Pierdoná

O blog *Família Pierdoná* é de autoria de Cristyan Pierdoná. O layout simples e de cores delicadas permite que o leitor encontre bastante conteúdo espalhado pela página. O blog é apresentado como colaborativo e abre espaço para que seus leitores participem da produção de conteúdo, tendo em vista que ele é focado na linhagem dos Pierdoná. Há postagens sobre a imigração italiana em seu campo mais genérico. Há, também, narrativas da família e de eventos específicos que ocorreram nesse grupo. O blog disponibiliza vídeos informativos sobre a família e também uma lista genealógica com nome dos imigrantes Pierdoná que chegaram no Brasil.

Família Guadagnin

(<http://familviaguadagnin.com.br/>)



Figura 64 – Família Guadagnin

O site *Família Guadagnin* apresenta um bonito e bastante chamativo *layout*. A família Guadagnin é responsável pela manutenção do endereço virtual que funciona como um mediador dos encontros nacionais dos Guadagnin pelo Brasil. A página possibilita o acesso aos dados históricos da chegada da família ao Brasil, além de possibilitar o contato do leitor com os administradores da página, para a produção de conteúdo colaborativo. Há o ideal de formação de um grupo de origens comum, e a exaltação do ideal de italianidade. Disponibilizam-se orientações para aqueles que se interessam pela dupla cidadania e pelas questões das leis, tanto brasileiras quanto italianas. O site denota a existência de um Conselho formado apenas por Guadagnins, que organizaria e coordenaria todas as questões relacionadas à família.

Família Baldissera

(<http://www.familiabaldissera.com.br>)



Figura 65 – Família Baldissera

O site *Família Baldissera* é administrado pela própria família Baldissera e fundamenta-se na pesquisa iniciada por Rafael Baldisserra acerca da imigração dessa família para o Brasil. A página possui um design bastante chamativo e dinâmico, oferecendo uma biblioteca de documentos e imagens não apenas sobre a família, mas também sobre a questão da imigração (vapores e imigrantes direcionados para regiões mapeadas no território brasileiro). É curioso como o autor do conteúdo organiza as narrativas, de modo a contar a história e a trazer os antepassados como personagens ativos na consolidação da cultura italiana em colônias brasileiras, exaltando a importância da mão de obra do grupo na construção do país.

Caminhos da Itália

(<http://www.caminhosdaitalia.com.br/>)



Figura 67 – Caminhos da Itália

O site *Caminhos da Itália* foi criado em junho de 2011 por Mariluci Friia, que faz pesquisas genealógicas há 12 anos. A descendente de italianos passou a ter um interesse maior na língua, na cultura e na história da Itália e dos imigrantes, e isso fez despertar nela a vontade de criar um portal que interligasse brasileiros e italianos. O *Caminhos da Itália* é uma página bastante completa, que envolve tanto questões culturais como gastronomia, danças, música e peculiaridades regionais, quanto questões sociopolíticas, como busca por genealogia, navios que vieram até o Brasil, listagem de imigrantes que aqui chegaram, métodos para a obtenção da cidadania italiana e locais de trabalho na Itália para aqueles que saem daqui. Há, no site, um mapeamento bem definido, dividido por regiões. As postagens não são datadas.

Itália Na Alma

(<https://www.facebook.com/pages/It%C3%A1lia-Na-Alma/703934189632557>)



Figura 68 – Itália Na Alma

A página *Itália Na Alma* foi criada no final de outubro de 2013 e hoje (2014) tem 370 curtidas. O grupo de maior interação é o de jovens de 15 a 24 anos. A página possui um conteúdo voltado para a apresentação de curiosidades sobre a Itália. Apresenta invenções italianas e produtos personalizados. Há, nas postagens, relatos de viajantes que foram para a Itália e de imigrantes que vieram de lá. Retratam-se cenas de brasileiros morando na Itália e de italianos morando no Brasil. Trata-se de um conteúdo mais próximo da transmissão de notícias pelos e para os próprios imigrantes. Assim como o fluxo de fotos, há um intenso número de postagens de vídeos musicais. Há apresentação de conteúdo para aprendizado de italiano (escolas de língua) e a cobertura de alguns pequenos eventos no país.

Imigrantes Italianos no Brasil

(<https://www.facebook.com/ImigrantesItalianosNoBrasil>)

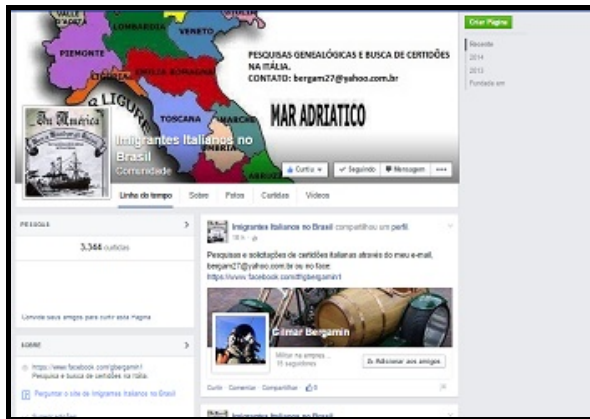


Figura 69 – Imigrantes Italianos no Brasil

A página do *Facebook Imigrantes Italianos no Brasil*, fundada em 15 de outubro de 2012, foi criada por Gilmar Bergamin, descendente de italianos e residente no Rio Grande do Sul. Trata-se de uma ferramenta para que descendentes busquem suas origens contratando o dono da página para pesquisas em árvores genealógicas. Analisando-se as postagens, nota-se uma tentativa saudosista de retratar a Itália com belas paisagens de regiões específicas do território italiano. É a maneira que Gilmar encontrou para fazer com que as pessoas contratem seus serviços. Além disso, apesar de uma quantidade reduzida, a página apresenta propagandas de eventos, gráficos com dados sobre imigração e também figuram páginas da Constituição Italiana. O fluxo de vídeos disponibilizados pelo administrador é baixo e tem como conteúdo a exaltação da cultura italiana. A página tem 2192 curtidas e apresenta grande percentual de crescimento do número de curtidas. O maior número de curtidas é proveniente de São Paulo, e o grupo de maior interação é o de adultos entre 25 e 44 anos.

Imigrantes Italianos

(<http://www.imigrantesitalianos.com.br/>)



Figura 70 – Imigrantes Italianos

O site *Imigrantes Italianos* é voltado para aquele público de brasileiros que se interessa pela cidadania italiana. A página define a imigração italiana como sendo o processo que trouxe para o Brasil a “brava gente” que ajudaria a construir nossa nação – fotos, poesias e letras de música exaltam essa ideia. No conteúdo, traz listas de passageiros que desembarcaram no Brasil, classificados por navios, porto, data (ano) e sobrenomes. Contém também a relação de sites feitos para a manutenção da cultura familiar italiana (ex: site da família Beraldo ou Berardo). Além disso, apresenta uma tabela que fundamenta e explica as pesquisas do site, no que diz respeito à genealogia. O site possibilita que o usuário encontre arquivos do Estado italiano para orientar em sua própria pesquisa genealógica. Disponibiliza contatos de cartórios, endereços de dioceses, listas telefônicas e arquivos do Estado de São Paulo. Há indicação de livros, de textos e de músicas que contam a história da Itália e da imigração, além da recomendação de alguns nomes de pesquisadores do tema.

Benvenuti Cidadania

(<http://benvenuticidadania.blogspot.com.br/>)



Figura 71 – Benvenuti Cidadania

O *Benvenuti Cidadania* é um blog voltado para que usuários contratem serviços de pesquisa para retirada da cidadania italiana. As postagens são datadas e permitem que o usuário entre em contato com o administrador para contratar serviços de pesquisa genealógica. Nesse site, no entanto, é interessante verificar que além das postagens que apresentam conteúdo de pesquisa genealógica, os *posts* de maior popularidade são aqueles que possuem alguma fundamentação teórica no que diz respeito às questões diaspóricas. Como exemplo de postagens que fogem do padrão voltado para a retirada da cidadania italiana, podemos citar “Os italianos no Paraná”, “Os italianos em Santa Catarina” e “Imigração italiana – A viagem de navio”. Um bom diferencial do blog são as tags com opções como: “voto”, “aprender italiano” e “legislação” que facilitam o uso do site, uma vez que as postagens acabam se diferenciando por assuntos. Além disso, o blog oferece uma lista de *links* úteis. Há aproximadamente 50 mil visualizações na página.

Italianadas em Sampa

(<http://italianadas.blogspot.com>)



Figura 72 – Italianadas em Sampa

O blog *Italianadas em Sampa* foi criado em 2008 e tem como principal objetivo retratar a vinda e a chegada de imigrantes italianos no Brasil, mais especificamente na cidade de São Paulo. Apesar de estar no ar há seis anos, o site tem apenas 49 postagens, sendo a última delas em março de 2014. Os *posts* têm seu conteúdo dividido entre propagandas, curiosidades sobre imigrantes, sobre a imigração para a cidade de São Paulo e fotos antigas de italianos trabalhando em sua construção. Há indicação de *links* relacionados ao tema da imigração que podem vir a ser úteis para os usuários. Além disso, o blog divide suas postagens em tags que facilitam a organização do usuário.

Itália Catarinense

(<http://www.italiacatarinense.com.br>)



Figura 73 – Itália Catarinense

O site *Itália Catarinense* traz em seu conteúdo a Itália para os olhos daqueles que querem ir daqui para lá. Trata-se, no entanto, de uma página que, apesar de orientar imigrantes brasileiros, foca no desejo de retratar a colônia italiana na região sul do país. Há, no site, subdivisões que dividem o conteúdo que retrata a cultura italiana. Há um espaço voltado apenas às influências da Itália em Santa Catarina e, com isso, oferecem-se oportunidades para descendentes, desde entretenimento até cursos que envolvem a cultura italiana. Além disso, o site ajuda nos processos de obtenção de cidadania. É bem organizado, bem datado e tem temas e seções bastante diversificadas. Contém também uma área só para sites oficiais que possam vir a interessar a usuário.

Família Sarno

(<http://familiasarno.blogspot.com.br/>)



Figura 74 - Família Sarno

O blog *Família Sarno* é antigo, de 2009. Tem como intenção apresentar histórias e crônicas sobre a chegada dos imigrantes italianos no estado da Bahia, mais especificamente na cidade de Jequié. A página foi criada por Eduardo Sarno, que, em 2009, já contava 27 anos de pesquisa sobre a imigração italiana para o Brasil. Apesar de ser um blog que diz bastante sobre a família Sarno-Sangiovanni, as postagens não se limitam apenas às questões da família. O blog era relativamente movimentado quando ativo, e trazia em seu conteúdo diversos assuntos relacionados à história da imigração e à distribuição de italianos pela região nordeste do país. Hoje, a página está desativada. No entanto, o contador indica que o espaço virtual já recebeu cerca de 30 mil visitantes.

Saudosa Mooca

(<http://moocasaudosamooca.wordpress.com/>)

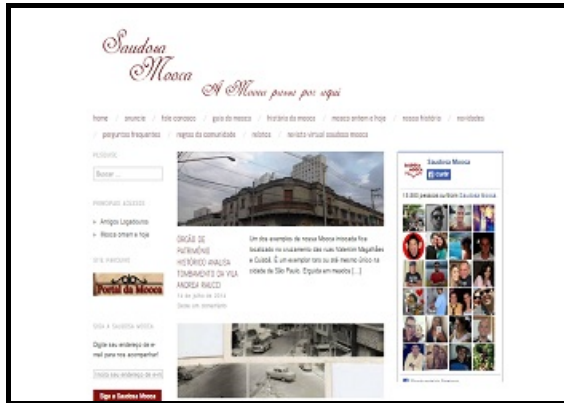


Figura 75 – Saudosa Mooca

O site *Saudosa Mooca* é produzido com foco no bairro italiano da Mooca, da Zona Leste de São Paulo. Apesar de ser bastante focado em noticiar as novidades que acontecem no bairro, trata-se de um site bastante informativo no que diz respeito ao tema da imigração italiana. Há seções do site que são voltadas apenas para a narrativa da história da Mooca a partir da chegada dos imigrantes. Além disso, não é difícil encontrar, na página, alguns setores relacionados à manutenção da cultura italiana no bairro. Como exemplos, pode-se citar as seções: História da Mooca e Antigos Logradouros, para a chegada dos imigrantes; e Revista Virtual Saudosa Mooca, para assuntos atuais que não são compreendidos na temática (matérias como “Mooca Intocada” e “Clube Juventus, por exemplo).

Portal da Mooca

(<http://www.portaldamooca.com.br/>)



Figura 76 – Portal da Mooca

O *Portal da Mooca* é um site bastante interativo acerca do que foi e de como é a Mooca, bairro da Zona Leste de São Paulo. O site é dividido em seções de fácil acesso e que são esquematizadas em *pop-ups* de interatividade. É bastante organizado e traz fortemente a retratação do conteúdo da imigração italiana como fator de influência na formação do bairro. A página é bem ativa, apresenta livro de visitas e espaço para que o visitante se cadastre e ajude a produzir conteúdo (“Eu me lembro...”). Além disso, a produção de conteúdo visual é muito forte, com fotos ilustrativas sobre os temas tratados em cada postagem. Há produção de conteúdo atual, voltado para entretenimento e também relacionado à manutenção da cultura italiana, assim como anúncios do mesmo tipo.

Coisas da Itália

(<http://coisasdaitalia.blogspot.com.br/>)



Figura 77 – Coisas da Itália

O blog *Coisas da Itália* foi criado e administrado por Kel Menichelli, consultora da prática de reconhecimento de cidadania italiana. Trata-se de mais uma página voltada para a produção de conteúdo para quem se interessa pela dupla cidadania. No entanto, é importante que a página seja estudada uma vez que também traz conteúdo acerca do que foi e como ocorreu a imigração. O blog disponibiliza seu conteúdo através de seções. Como já foi dito, a maior parte das seções volta-se aos assuntos relacionados à dupla cidadania. Ainda assim, há setores que contam a história da imigração, como a imigração se deu em Minas Gerais, e que indicam sites para estudo de genealogia. O blog está desativado desde agosto de 2013, quando houve a última postagem. Ainda assim, a administradora continua disponibilizando contato em *Facebook* e telefone.

6.3. Análise

Foram analisadas 10 páginas¹ dentro das categorias propostas pela metodologia inicial da *Webdiáspora.br*. Assim, protocolou-se postagens

¹ Benvenuti Cidadania Italiana, Imigração Italiana no Brasil, Imigrantes Italianos no Brasil, Imigrantes Italianos, Itália Catarinense, Itália na Alma, Oriundi, Portal da Mooca, Portal Família Strapazzon e Portal Itália.

de outubro de 2013 a fevereiro de 2014, ou, em casos de postagens não datadas, a interface inicial de cada site, blog ou página, na tentativa de conseguir realizar uma análise de conteúdo. Posteriormente, há de se realizar uma análise do conteúdo selecionado para entender de que forma imigrantes italianos usam a internet para, além de criar novos laços, manter os laços com seu país de origem.

Foram analisados, no total, 421 itens das 10 páginas. As postagens pairaram entre todas as categorias: 1) “Projeto de migração”; 2) “Famílias e relações transnacionais”; 3) “Vínculos informativos com o país de nascimento”; 4) “Consumo e produção cultural”; 5) “Aprendizado do idioma”; 6) “Cidadania jurídica”; 7) “Usos de mídias de migração”; 8) “Companhia e ócio”; 9) “Participação política”; 10) “Associativismo”; e 11) “Outros”. No entanto, as categorias 3, 4, 6, 8 e 11 foram as mais reincidentes.

Em “Vínculos informativos com o país de nascimento”, tivemos um total de 100 postagens entre os dez sites, sendo a página no *Facebook* intitulada *Italianos no Brasil* a com o maior frequência – 35 postagens. A especificidade do conteúdo dessa página é a intensa utilização de imagens que funcionam de maneira informativa. A grande dinamicidade proporcionada pelas postagens com grande número de “curtir” promove conversas acerca dos lugares, criando um vínculo informativo com a Itália. A postagem mais curtida, comentada e compartilhada foi o álbum de fotos de Ravenna, Emília-Romagna (37 curtidas, 1 comentário e 1 compartilhamento).

Já em “Consumo e produção cultural”, verificamos 70 postagens, com maior frequência no site *Itália Catarinense*. É curioso como o site traz em si propagandas que, além de fazerem a manutenção dos vínculos com a Itália através do consumo, também são uma forma de estruturação da comunidade ítalo-catarinense. É através do consumo de língua, vestimenta, objetos culturais e eventos sobre a Itália e de imersão na cultura que surge a organicidade da comunidade. A página só apresenta *links* direcionados a matérias de produção bastante antigas. Ainda assim,

é interessante se estudar a localidade da fixação de imigrantes italianos e a forma como usam a internet. Um exemplo de consumo, produção e também de estímulo cultural é quando a página fornece dados sobre a exposição do artista Plínio Verani Júnior.

Desenhista, escultor, gravador, cenógrafo, professor, ator. Estas são algumas definições que podem ser usadas para apresentar o artista plástico catarinense Plínio Verani Júnior a quem ainda não o conhece. Outra forma interessante é ir descobrindo e enumerando dezenas de suas obras, espalhadas por várias cidades catarinenses e pelo país afora (Fonte: *ITÁLIA CATARINENSE*).

Apesar de ter uma frequência de 88 postagens, a categoria “Cidadania jurídica” é mais concentrada no site *Imigrantes Italianos*, que detém 79 postagens de todo o total de incidência. São 68 postagens de “Outros”, com temas bastante variados: eventos, indicações de sites oficiais e curiosidades. A página em que mais aparecem postagens da categoria “Outro” é o *Portal da Mooca*. Em “Companhia e ócio”, há significativa reincidência, pois os autores geralmente acreditam que imagens divertidas, postagens de conversas e vídeos conferem maior dinamicidade e integração na página. São 21 postagens, com maior concentração em *Imigrantes Italianos no Brasil e Itália na Alma*, com 10 postagens cada. Um exemplo é a postagem de 9 de novembro de 2013, da página *Imigrantes Italianos no Brasil*, em que o administrador conversa com os usuários: “Podem comentar fotos, sugerir tópicos, dar ideias; mas nada que se refira a política, religião, futebol ou assuntos que gerem polemica e discussão. Grazie”.

A maior parte das páginas apresenta alguns itens na língua italiana, o que representa um vínculo forte com a Itália. Há um maior número de blogs – ou semelhantes – ainda que o *Facebook* apresente maior dinamicidade e apareça como um potencial de aumento do número de páginas de italianos. Páginas no *Facebook* apresentam-se como as ferramentas mais bem exploradas, visto que por se tratar de uma rede social, consegue interligar as pessoas de forma mais rápida e interativa – *inbox*,

videoconferência, curtidas, compartilhamentos e postagens que permitem comentários. A única categoria que não apareceu nas análises foi a categoria “Usos de mídias de migração”. Uma hipótese que pode explicar a não recorrência desse uso nos protocolos é que, apesar de acontecer, a categoria não se mostra uma especificidade de nenhuma postagem. Ou seja, nenhuma página traz uma postagem exclusiva no que tange às mídias de migração.

A contagem das demais categorias ficou assim: 35 textos em “Projeto de imigração”; 2 em “Participação política”; 21 em “Família e relações transnacionais”; 5 em “Associativismo” e 11 em “Aprendizado do idioma”.

6.4. Considerações finais

Os dados levantados pela análise nos mostraram que os imigrantes italianos usam a internet, principalmente, para a criação de novos vínculos culturais e para a manutenção de laços com seu país de origem. Os levantamentos específicos possibilitam constatar que os vínculos informativos com o país de origem, assim como consumo e produção cultural e a busca pela dupla cidadania são os principais fatores de uso e de objetivo nas páginas. Permite-se considerar, portanto, que o processo de utilização da rede pelos usuários é intrinsecamente relacionado aos fluxos migratórios partidos da Itália e ao panorama de interculturalidade e de transculturalidade existente no Brasil.

Abdelmalek Sayad (1998) discorre sobre a participação da comunicação como fator de influência nos processos imigratórios. O autor demonstra a importância de tecnologias, o que envolve desde a evolução do boca a boca até meios mais individualistas, como a carta e a fita cassete, na importância dos estudos de comunicação como mais uma área de conhecimento ligada ao ato de migrar. O estranho nas duas terras – a de origem e a de recepção – passaria a participar da liquidez do mundo globalizado, dependendo de todos os enraizamentos relacionados ao termo.

No caso específico dos italianos, a popularização das TICs coincide com uma drástica redução no fluxo de imigrantes italianos para o continente americano e para o Brasil, uma vez que os fluxos migratórios mais intensos ocorreram no fim do século XIX e no início do XX. Assim, é possível perceber como o conteúdo produzido, aqui no Brasil, está relacionado a este cenário. Por se tratar de um fluxo migratório antigo, a maior parte das páginas não é produzida por imigrantes, mas sim por descendentes de imigrantes que fazem o fluxo bidimensional Itália-Brasil. Daí o interesse em informações envolvendo os dois países, do consumo da cultura italiana e do desejo da dupla cidadania.

As variações nas identificações e nos vínculos – tanto de exaltação dos antigos quanto de formação dos novos – promovem uma necessidade de flexibilização cultural, sem polarizações identitárias. Paralelo a isso, fica evidente que a participação do imigrante na produção do conteúdo digital acerca da imigração italiana é favorecida pelo quadro intercultural do Brasil. De acordo com Canclini (2005, p. 15), a interculturalidade não deixa de ser um sintoma do mundo globalizado: “algo que pareça real, tão real como um mapa, este feixe de comunicações distantes e incertezas cotidianas, atrações e desenraizamentos, que se nomeia como globalização”. O processo de imigração dos italianos permitiu que houvesse confronto, mescla e formação de uma cultura brasileira com italianidade. Daí o consumo de informações e de cultura da Itália e também o desejo de se viver a italianidade de que se é descendente.

A internet contribui para uma “nacionalidade intercultural”. Trata-se do contexto dos usuários e produtores de conteúdo digital apontados também por Stuart Hall (1992, p. 89) como aqueles que viveriam em culturas híbridas e que constituiriam um novo padrão identitário, sendo produto das novas diásporas criadas pelas migrações pós-coloniais: “(...) devem aprender a habitar pelo menos duas culturas, a traduzir e negociar entre elas”. Nessa mesma linha de pensamento, Amparo Huertas Baillén, em *Diásporas, migrações, TICs e identidades transnacionais*, estuda os padrões de sociabilidade na internet. A identidade, constante-

mente em transformação, principalmente no que tange às questões imigratórias, sofre, no mundo globalizado, as influências do movimento tecnológico na comunicação. Assim, o estudo das relações sociais na internet levou a concluir que a influência das novas TICs na construção identitária, na configuração do quadro nacional brasileiro e nos efeitos nas vidas dos imigrantes: a internet é um fenômeno essencial para a manutenção de antigos laços e na criação de novos. Além disso, a rede é uma forma de inserção e de contribuição. No caso dos italianos, por exemplo, o imigrante que aqui chega já consegue se integrar culturalmente através dessa ferramenta e também pode contribuir para a formação de um novo quadro cultural nacional com o que irá apresentar através dela.

Mohammed ElHajji (2012) toma o Brasil como sendo um país transnacional, ou seja, aqui o imigrante é regionalizado. O italiano já faz parte desse quadro nacional estatal modificado que representa a mescla das culturas. Assim, se houvesse como produzir uma definição classificatória dos usos da internet por parte dos imigrantes italianos, seria ela a emergência de uma sociedade digital orgânica pautada pelas transformações do mundo globalizado nesse cenário transcultural brasileiro. A dinamicidade social na rede engloba a diversidade da mescla entre brasileiros e italianos, o que, levando-se em consideração a formação identitária como em constante transformação, representa um movimento em que não é possível se ter uma definição fixada acerca do produto. Por isso, ainda no fim da pesquisa, é possível encontrar a emergência de novos sites e páginas que, ainda que não tenham sido protocolados, apresentam o mesmo perfil de vínculos informativos com o país de origem, consumo e produção cultural, assim como busca pela dupla cidadania.

Webdiáspora Muçulmana

7.1. Contexto histórico da imigração

No registro simbólico, a presença islâmica no Brasil se confunde com a própria chegada da esquadria de Álvares Cabral a Porto Seguro, no dia 22 de abril de 1500. Entre seus navegadores, se encontravam alguns muçulmanos de origem árabe ou ibérica, como Chuhabiddin Bem Májid e Mussad Bem Saté – fato comum naquela época, devido à importância dos navegadores e cientistas muçulmanos. Além disso, o comércio com as Índias, em particular, tornava imprescindível a presença de navegadores que dominavam a língua árabe, muitos deles muçulmanos. Contudo, durante muitos séculos, a Igreja Católica impunha a conversão ao catolicismo. Especula-se que os muçulmanos (árabes ou africanos) que chegaram ao Brasil tiveram que se converter e mudar de nome ao aportar em território pertencente à Coroa Portuguesa, conhecida por sua forte religiosidade Cristã.

O próximo registro encontrado sobre a presença muçulmana em terras brasileiras data do início do século XIX, época da Guerra Santa no Sudão Central, em que guerreiros adversários capturados eram frequentemente vendidos como escravos para portugueses. Assim, foram trazidos para o Brasil grupos de diversas vertentes do Islã. Muitos dos que aqui chegaram logo se assimilaram ou não tornaram de conhecimento público a sua fé. Outros, porém, principalmente os que dominavam a leitura e a escrita em árabe e possuíam importante conhecimento do Islamismo, mantiveram a prática da religião e gozavam de forte prestí-

gio, tanto entre a população de origem africana quanto aos olhos dos próprios colonos lusos.

Conforme analisou Gilberto Freire em *Casa-Grande e Senzala* (2006):

(...) verdade é que importaram-se para o Brasil, da área mais penetrada pelo Islamismo, negros maometanos de cultura superior não só à dos indígenas como à da grande maioria dos colonos brancos — portugueses e filhos de portugueses quase sem instrução nenhuma, analfabetos uns, semi-analfabetos na maior parte. (p. 299)

Entretanto, como as escrituras sagradas do Islamismo proibiam a escravidão dos muçulmanos, esse grupo, conhecido como “malês”, acabou promovendo vários levantes contra os senhores escravocratas e teve papel determinante no sucesso de vários quilombos do país. O mais conhecido desses movimentos foi a “Revolta dos Malês”, consequência direta da expansão da religião islâmica entre os escravos africanos, principalmente na Bahia. Uma vez reprimida a revolta, muitos participantes, para fugir da perseguição implacável empreendida pelas autoridades na Bahia, vieram para a capital, o Rio de Janeiro.

Em plena *Belle Époque* carioca, a presença de muçulmanos não provocava qualquer tipo de alarde, mesmo com suas práticas exóticas. Existiam na cidade várias *machacalis* (mesquitas domésticas) e apenas no primeiro ano de presença muçulmana no Rio de Janeiro foram vendidos cerca de 100 exemplares do Alcorão para escravos e libertos.

Mas, por se tratar de uma comunidade pequena e com poucos sacerdotes, seus descendentes acabaram se integrando, aos poucos, à paisagem religiosa local. Não seria, portanto, pertinente ligar geneologicamente a atual presença islâmica no Brasil a esse episódio, certamente marcante, na formação da cultura brasileira e afro-brasileira em particular. Hábitos e práticas foram incorporados e continuam vivos no imaginário popular, pela força da miscigenação e dos sincretismos constitutivos da identidade brasileira, mas não são mais reconhecidos ou rotulados como islâmicos ou de matriz muçulmana.

A identidade e a cultura muçulmanas voltam a se destacar de forma significativa no Brasil a partir do início do século XX, quando o governo brasileiro, promovendo a “purificação da raça” com o estímulo à vinda de europeus, efetuou tamanha propaganda das benesses nacionais, que o país acabou recebendo imigrantes de outros povos e regiões, como do Império Turco-Otomano.

Ainda que a maioria fosse cristã, alguns eram muçulmanos, mas, outra vez, a força da assimilação brasileira acabou apagando grandes segmentos dessa comunidade, antes mesmo que conseguisse se organizar e se auto-identificar como tal. Lesser (2001) relata que, muitas vezes, os nomes dos muçulmanos foram traduzidos para o português ou “aportuguesados”, transformando, por exemplo, os “Taufik” e “Taufil” em “Teófilo” e “Mohammed” em “Manuel”; o que impede o esboço de uma cronologia contínua da presença islâmica no Brasil. Todavia, um marco significativo no processo de constituição de uma comunidade religiosa islâmica no Brasil pode ser encontrado na fundação da primeira sociedade beneficente muçulmana e na construção oficial da primeira mesquita no país.

Durante a Primeira Guerra Mundial, no final do século XIX e início do XX, com a vinda de imigrantes sírios e libaneses para o Brasil, o segmento muçulmano cresceu. Em 1927, foi fundada a Sociedade de Bem-Estar Palestina Muçulmana, em São Paulo, cujo nome sofreu uma modificação com a chegada de outros povos seguidores do Islã, tornando-se Sociedade do Bem-Estar Muçulmano, em 1929. Hoje, são mais de 50 mesquitas e uma centena de centros islâmicos espalhados pelo Brasil.

Mais recentemente, o fluxo migratório oriundo do Oriente Médio, originalmente de maioria cristã, inverteu-se e passou a ser, majoritariamente, islâmico. Oswaldo Truzzi (1997) explica, a esse respeito, que “desde a Guerra Civil do Líbano se tem a tendência a receber árabes de crença muçulmana no Brasil, em particular em São Paulo”. Nem todos os que migraram nas últimas décadas, porém, são libaneses. Também vieram muitos sírios e palestinos. De acordo com Truzzi, os muçulmanos,

assim como os cristãos, procuraram o Brasil para crescer financeiramente. “Eles encaram o Brasil como um país propício para ganhar dinheiro”, afirma ele. Mas, diferente dos primeiros, muitos dos que chegaram depois vieram ancorados por parentes que já estavam por aqui.

A população islâmica no Brasil não é, todavia, exclusivamente árabe. As recentes e atuais levas de imigrantes oriundas da África vêm se juntando à tradicional fonte médio-oriental e reforçando a comunidade islâmica. No Rio de Janeiro, por exemplo, o sermão de sexta-feira não é mais feito em árabe, mas sim em português, devido à forte presença de senegaleses e outras nacionalidades da África Ocidental e Austral. Provavelmente mais um dado que dificulta a quantificação dessa presença entre nós. Assim, se o IBGE estima menos de 40 mil seguidores da religião islâmica no Brasil, a Federação Islâmica Brasil avalia que essa comunidade tenha em torno de um milhão e meio de fiéis.

7.2. Mapeamento

Ordem de dervixes Halveti Jerrahi

(<http://www.masnavi.org/jerrahi/index.htm>)

Ordem Jerrahi no Brasil

Bem Vindos

A Ordem de dervixes Halveti Jerrahi, é uma Ordem Sufi tradicional. Somos uma organização cultural, educacional e de assistência social constituída por muçulmanos das mais diversas origens étnicas, culturais e profissionais. A Ordem Jerrahi possui sede em Istanbul na Turquia e ramos nos Estados Unidos (New York, Califórnia - São Francisco, Ilmois, Seattle), Bósnia, Alemanha, Grécia, Itália, França, Inglaterra, Áustria, Espanha, Austrália, Canadá, México, Chile, Argentina e Brasil.

O caminho começa com conhecimento. Sob a proteção do conhecimento você cresce e torna-se um ser amoroso e harmônico, como todos fomos criados para ser. Os textos abaixo descrevem a empreitada que constitui o sufismo.

54 Atributos de um dervixe

68 Impurezas dos Nafs

Denizli ca. 1700

No Brasil, as atividades da Ordem Sufi Halveti Jerrahi são conduzidas por Sheikh Y. Gökmen D. Ramo.

Figura 78 – Ordem de dervixes HJ

O site *Ordem de dervixes Halveti Jerrahi* é a principal ferramenta de comunicação da Ordem Sufi tradicional, que está presente em diversos países do globo. No Brasil, a organização é atualmente conduzida pelo Sheikh Muhammad Ragip, que disponibiliza seus contatos para possíveis diálogos. O endereço virtual tem como objetivo disseminar os valores e as práticas do Sufismo, assim como informar a população muçulmana em geral a respeito de questões sobre a religião islâmica, através da disponibilização de textos em variadas línguas. É igualmente possível ter acesso a dados básicos sobre as atividades da organização, tais como o horário das orações e transcrições de palestras oferecidas.

Centro de Divulgação do Islã para América Latina

(<http://www.islambr.com.br/>)



Figura 79 – Centro de Divulgação do Islã para AL

O portal *CDIAL* é uma iniciativa do Centro de Divulgação do Islã para América Latina. É uma organização beneficente que promove discussões, cursos e encontros internacionais para divulgar a cultura e os princípios da fé islâmica. Além destas ações, a *CDIAL* está voltada para o aprendizado do idioma Árabe e do Alcorão, e colabora na construção de mesquitas. O objetivo fundamental da organização é disseminar uma visão positiva do Islamismo, com o intuito de desfazer preconceitos dis-

seminados pela mídia. No site, é possível encontrar indicações de blogs e colunas de conteúdo islâmico, assim como uma biblioteca com artigos que versam sobre temáticas ligadas à religião.

Associação Ahmadia do Islã

(<http://www.ahmadia.org.br/>)



Figura 8o – Associação Ahmadia do Islã

A página Associação Ahmadia do Islã é o site oficial da instituição homônima que representa um ramo pacifista da religião muçulmana. Atualmente, possui sede em mais de 180 países e conta com milhares de missionários dedicados à tarefa de disseminar os preceitos do Alcorão e da vertente Ahmadia. No Brasil, a organização tem sede na cidade de Petrópolis. No site, é possível encontrar livros e artigos, além de conteúdo multimídia e imagens sobre a religião islâmica.

Wamy

(<http://www.wamy.org.br/>)



Figura 81 – Wamy

A página *Wamy* pertence à instituição saudita homônima que tem sede em diversos países e foi fundada na década de 1970, com o intuito de dar suporte aos muçulmanos e, principalmente, à juventude islâmica. Ela possui uma série de atividades e presta auxílio a órfãos, estudantes e muçulmanos em geral, através de ações educativas e sociais. No site, é possível ter acesso a um dicionário islâmico e a textos em diversos idiomas, além de ser possível assistir vídeos, ouvir áudios sobre questões da religião e obter informações concernentes às rezas. Também há uma seção de textos que relacionam o Islamismo aos grandes temas do mundo moderno.

Mesquita do Brás

(<http://www.mesquitadobras.org/>)



Figura 82 – Mesquita do Brás

A *Mesquita do Brás* é uma instituição muçulmana da cidade de São Paulo sob a tutela da Associação Religiosa Benficiente Islâmica do Brasil (ARBIB). A mesquita é um espaço de sociabilidade da comunidade muçulmana da localidade e conta com uma série de atividades educativas, recreativas e religiosas, com o objetivo de congregar aqueles que professam a fé islâmica e aproximar outros interessados. O site da entidade, homônimo, conta com seções regularmente atualizadas, nas quais é possível ter acesso a artigos, transcrições de palestras, horário das orações, um dicionário islâmico e outras informações relevantes sobre a religião muçulmana.

Instituto Brasileiro de Estudos Islâmicos

(<http://www.ibeipr.com.br/>)



Figura 83 – IBEI

O site *IBEI* é a página oficial do Instituto Brasileiro de Estudos Islâmicos. O tradicional ícone “quem somos”, presente na maioria das páginas e principalmente em sites de instituições, começa com uma oração e não com a história ou a missão da entidade. É importante destacar que o nome utilizado para o discurso foi Deus, e não Alá. Essa característica expõe uma espécie de sincretismo religioso, mas parece mais para adaptação do nome da divindade a um lugar onde Deus é considerado um nome muito mais poderoso que Alá. A página oferece diversos serviços e documentos como, por exemplo, o Corão em português, totalmente disponível na plataforma digital. Também é possível consultar o calendário islâmico, os horários das orações e visitar uma loja virtual. Na subdivisão “conhecimento”, alguns temas pertinentes à religião são tratados. Há textos sobre os profetas, a economia no Islã e também sobre a presença de Jesus no Corão.

Federation of Muslims Associations in Brazil

(<http://www.fambras.org.br/>)

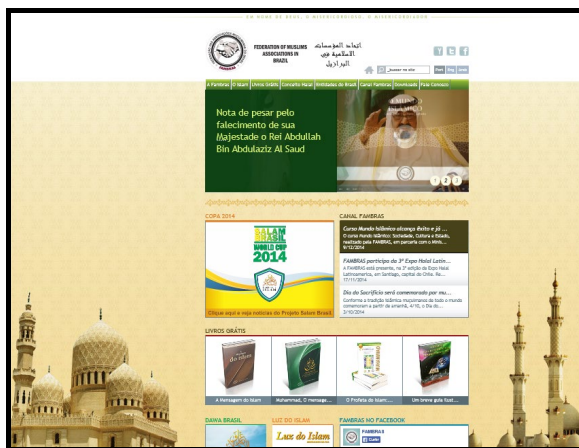


Figura 84 – FAMBRAS

FAMBRAS é o site oficial da Federation of Muslims Associations in Brazil. A entidade foi fundada em 1979, por representantes da comunidade muçulmana no Brasil, para que a religião pudesse alcançar uma maior expressão nacional. O projeto “Conheça o Islam”, de autoria da Federação, foi lançado na Bienal do Livro de São Paulo, em agosto de 2010. O objetivo consiste na distribuição gratuita de livros islâmicos, tanto para adeptos quanto para não adeptos, em diversos locais e eventos no território nacional. A própria página disponibiliza alguns, como o Corão e “A mensagem do Islam”. Também é possível rastrear, no menu “Entidades do Brasil”, as entidades, escolas e mesquitas localizadas no Brasil. Para quem ainda não conhece as práticas islâmicas, a subdivisão “O Islam” explica os principais conceitos da religião.

Arresala – Centro Islâmico no Brasil

(<http://www.arresala.org.br/>)

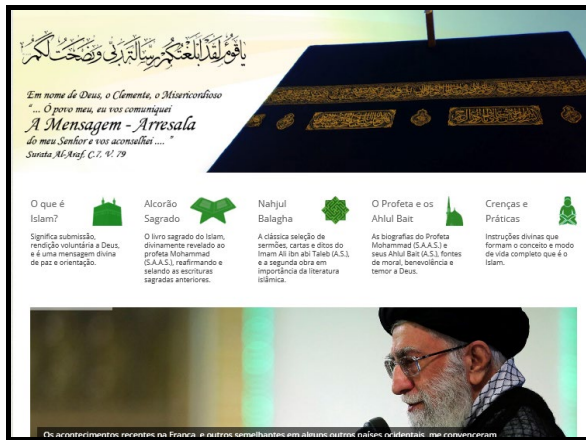


Figura 85 – Arresala

O site *Arresala* está disponível em cinco idiomas: português, inglês, espanhol, árabe e urdu. A opção é escolhida antes que a página principal seja aberta. Nela, muitas informações sobre o Islam estão disponíveis: princípios, práticas, dizeres, etc. O *Arresala* possui também um canal no *Youtube* e contas no *Flickr*, *Facebook* e *Twitter*, algumas das mais populares redes sociais. No *Facebook*, por exemplo, são mais de sete mil curtidas (em outubro de 2014). No tópico “Perguntas e Respostas”, algumas dúvidas recorrentes são respondidas de acordo com a posição da religião islâmica. Uma delas se refere ao papel da mulher. A resposta desvia de qualquer tipo de polêmica, reforçando a importância da presença feminina no Islam. Ao final, é recomendado o livro “Os Direitos da Mulher no Islam”.

Sociedade Beneficente Muçulmana do Rio de Janeiro

(<http://sbmrj.org.br/>)



Figura 86 – SBMRJ

A Sociedade Beneficente Muçulmana do Rio de Janeiro (SBMRJ) foi fundada em 1951 por um grupo de imigrantes. No entanto, uma informação que vale ser destacada é que, segundo dados da Sociedade, 70% do círculo atual é composto por brasileiros convertidos, e não mais por imigrantes. A instituição costuma traduzir livros do Islam para o português, com o intuito de divulgar suas práticas religiosas.

Uma característica de sua página oficial, homônima, é o canal multimídia, com vídeos de sermões, entrevistas e documentários. Em “Milagres Científicos”, vários trechos do Corão são provados por descobertas científicas recentes. Além disso, o site tem a opção de ser navegado ao som de uma playlist com músicas típicas.

Religião de Deus

(<http://www.religiaodedeus.net>)



Figura 87 – Religião de Deus

O site *Religião de Deus*, que afirma não estar vinculado a nenhum grupo ou instituição religiosa islâmica, possui como subtítulo, na página inicial: “A Voz Muçulmana Na Internet”. Ele tem a finalidade de divulgação do Islam. Apresenta informações básicas e explicações sobre os mais diversos temas do Islamismo, horários de rezas e espaço para pedidos das mesmas, arquivos de aulas para download, áudios de palestras, *links* para filmes e uma série de *links* recomendados sobre o tema. Além disso, o endereço apresenta uma parte específica destinada a conteúdos sobre a mulher no Islam, descrições das orações, das práticas desejáveis, e um fórum para comentários, relatos e discussões.

Rádio Islã BR

[\(http://www.radioislambbr.com.br/\)](http://www.radioislambbr.com.br/)



Figura 88 – Rádio Islã BR

A rádio de conteúdo religioso *Islam BR* expõe em sua página na internet a programação da rádio e informações básicas com o tema musical. Mas também há notícias, vídeos e fotos de conteúdos diversos e espaços destinados à publicidade. Além disso, é possível deixar recados na página principal e entrar em contato com os responsáveis.

Islamismo BR

[\(http://islamismobr.blogspot.com.br/\)](http://islamismobr.blogspot.com.br/)

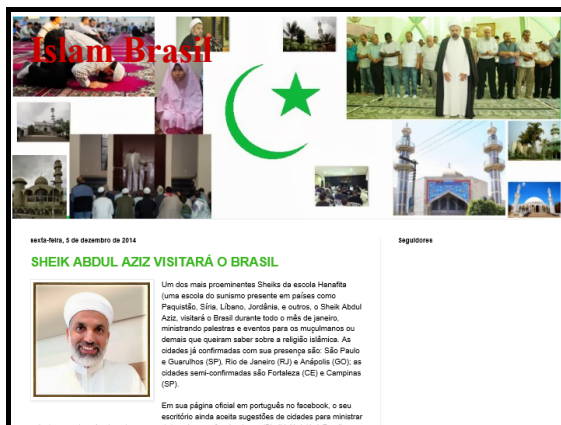


Figura 89 – Islam Brasil

O blog *Islam Brasil (Islamismo BR)* é administrado por Hussein Al Rafail, que se descreve como “um brasileiro muçulmano revertido”, e conta com postagens iniciadas em setembro de 2011. O seu objetivo com o blog é a veiculação de matérias e informações sobre o mundo islâmico. A página apresenta dados e notícias ligadas ao Islamismo referentes, principalmente, ao Brasil, como a série sobre as mesquitas do país realizada pelo administrador. Além de conter a divulgação de campanhas, aulas, cursos, congressos, palestras e encontros pelo país em suas publicações.

Casadas com Muçulmanos no Brasil

(<https://www.facebook.com/pages/Casadas-com-Mu%C3%A7ulmanos-no-Brasil/244448078944436>)



Figura 90 – Casadas com Muçulmanos no Brasil

A página do *Facebook Casadas com Muçulmanos no Brasil* se propõe a realizar uma interação entre muçulmanos e brasileiros, a e divulgar informações sobre o Islamismo, além de incluir cultura e comida típica turca, árabe e marroquina em suas postagens. E, principalmente, esse é um espaço para mulheres casadas com muçulmanos no Brasil interagirem, discutirem e expressarem suas opiniões. Criada em novem-

bro de 2011, a página possui fotos e textos de notícias e conhecimentos relacionados ao mundo islâmico, além de relatos e experiências de mulheres sobre o casamento com homens muçulmanos.

Federação Muçulmana do Estado do Rio de Janeiro – FMERJ

(<https://www.facebook.com/pages/Federa%C3%A7%C3%A3o-Mu%C3%A7ulmana-do-Estado-do-Rio-de-Janeiro-FMERJ/263776280321405>)



Figura 91 – FMERJ

A página do Facebook intitulada *Federação Muçulmana do Estado do Rio de Janeiro*, vinculada ao site da FMERJ (<http://www.fmerj.org.br/>), não possui uma explicação clara e direta sobre o seu objetivo e o sobre o conteúdo presente na página em seções próprias, como a subcategoria de descrição presente em muitos sites e blogs. O que pode ser observado é que ela apresenta fotos e textos ligados a opiniões sobre temas importantes do Islamismo, divulgação de ensinamentos da religião em questão e diversas publicações com abordagem política. Além de registros de manifestos e participações da FMERJ em eventos e debates.

Egito e Brasil

(<http://egitoebrazil.com/>)



Figura 92 – Egito no Brasil

O site *Egito e Brasil* é produzido por uma brasileira convertida casada com um egípcio há cinco anos. Na página, criada em 2008, ela escreve sobre sua vida familiar e sobre experiências vividas, fornecendo informações sobre o Egito e o Brasil para seu público. Há uma parte exclusiva para as dúvidas mais comuns, na qual os principais temas do Islamismo, entre eles o papel da mulher muçulmana e o relacionamento entre duas pessoas de culturas muito diferentes são discutidos. A maioria das postagens possui um número razoável de comentários, os quais também são espaços comuns para dúvidas. O site possui uma página no *Facebook*, com 2.861 curtidas (em outubro de 2014) e uma conta no *Instagram*, ambos com fotos de viagens e do cotidiano da família da administradora, além de pequenos relatos sobre sua vida.

Islam Brasil

(<http://www.islambrasil.com.br/>)



Figura 93 – Islam Brasil

O portal *Islam Brasil* foi desenvolvido por Muneer Nijm e Nidal Nijm, que se denominam muçulmanos brasileiros, com a finalidade de fornecer e esclarecer informações sobre o Islam no Brasil, porque seus criadores acreditam que elas não são muito divulgadas na internet. Os administradores contam que o único objetivo é o de proporcionar conhecimento sobre o Islam para as pessoas, sem fins lucrativos, não estando ligados a entidades, grupos ou organizações. O site auxilia na prática de súplicas e orações, conta com uma seção de perguntas e respostas, informações sobre diversos temas islâmicos, uma biblioteca virtual de livros ligados ao Islamismo e reproduções de artigos com a temática muçulmana. Além de *Islam Brasil*, os responsáveis possuem outros sites de destaque, como o *Centro Islâmico* (<http://www.centroislamico.com.br/>) e o *Brasileiros Muçulmanos* (<http://www.brasileirosmuçulmanos.net/brasileiro/index.php>).

Denise Bomfim – Salam e Salamaleques

(<http://denisebomfim.blogspot.com.br/>)

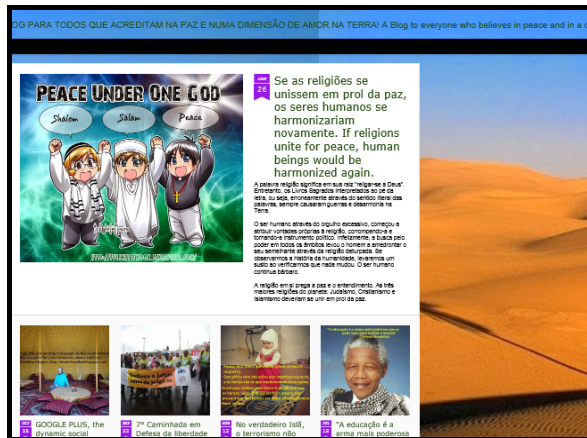


Figura 94 – DB: Salam e Salemaleques

O blog *Denise Bomfim – Salam e Salamaleques* é organizado pela muçulmana Denise, e o seu lema é que “Compreender a cultura e religião do próximo promove a paz na Terra”. Através de suas publicações, ela pretende auxiliar na divulgação e em esclarecimentos sobre religião e cultura islâmicas, para que assim o mundo possa se aproximar do objetivo de conquista da compreensão, quebra de preconceitos e paz. O blog é voltado para a veiculação de notícias, artigos e poesias sobre a cultura e temas do Islamismo. Inclui, também, diversas postagens sobre trajes, *hijab* e moda em geral, postagens sobre costumes, hábitos e culinária, além de um amplo conteúdo com a temática da mulher.

União Nacional das Entidades Islâmicas

(<http://www.uniaoislamica.com.br/>)



Figura 95 – UNI

A UNI (União Nacional das Entidades Islâmicas) é uma organização que representa os muçulmanos nacionalmente há 8 anos e tem sede em São Paulo – SP. Atua em Ações Comunitárias de divulgação dos temas do Islamismo e de acompanhamento de jovens do país e em atividades sociais. Seu objetivo é unir as entidades do país e apoiar no fortalecimento dos valores islâmicos. Em seu site oficial, homônimo, é responsável por divulgar valores, princípios e conceitos, assim como por explicar informações sobre o Islamismo, visando à eliminação de possíveis preconceitos criados sobre a religião. A página apresenta informações sobre a religião para iniciados e informações básicas para leigos, além de dados sobre mesquitas no país, sermões (em português e em árabe), uma biblioteca virtual de livros ligados ao Islamismo, reprodução de conteúdo jornalístico com a temática muçulmana e publicidade de eventos da comunidade muçulmana.

7.3. Análise

Foram analisadas, no total, 79 postagens de 8 sites, blogs, páginas e fóruns brasileiros sobre diversos temas ligados aos muçulmanos¹. Cada postagem, compreendida no período de outubro de 2013 a fevereiro de 2014, foi encaixada em uma das 11 categorias estabelecidas. São elas: 1) “Projeto de migração”; 2) “Famílias e relações transnacionais”; 3) “Vínculos informativos com o país de nascimento”; 4) “Consumo e produção cultural”; 5) “Aprendizado do idioma”; 6) “Cidadania jurídica”; 7) “Usos de mídias de migração”; 8) “Companhia e ócio”; 9) “Participação política”; 10) “Associativismo”; e 11) “Outros”.

Destes 79 textos submetidos ao protocolo de pesquisa, 15 apresentaram assuntos que foram identificados em mais de uma classificação. A publicação contendo o guia para torcedores muçulmanos na Copa do Mundo do site *Fambras*, por exemplo, se encaixou nas categorias “Vínculos informativos com o país de nascimento”, “Usos de mídias de migração” e “Companhia e ócio” ao mesmo tempo.

Do total de postagens e textos analisados, a maior parte (45) era sobre “Consumo e produção cultural”, sendo 34 pertencentes exclusivamente a esta categoria e 11 vinculadas também a outras. O fato de grande parte das publicações se encontrar nessa categoria pode estar relacionado ao “dever” de divulgação do Islam e à importância de discussões a respeito de temas do Islamismo e da cultura islâmica para os muçulmanos. O que pode ser verificado no seguinte trecho da seção “Quem Somos” do site *Islam Brasil*, de autoria de Muneer Nijm e Nidal Nijm:

Somos muçulmanos brasileiros que através do nosso trabalho de internet percebemos a carência de informações sobre o islam no Brasil. Decidimos criar esses sites islâmicos com o objetivo de levar para as pessoas informa-

¹ Ordem de dervixes Halveti Jerrahi, Centro de Divulgação do Islã para América Latina - CDIAL, Mesquita do Brás, Instituto Brasileiro de Estudos Islâmicos - IBEL, Federation of Muslims Associations in Brazil - FAMBRAS, Arresala - Centro Islâmico no Brasil, Islamismo BR e Islam Brasil.

ções sobre o islam através do trabalho de Dawah (Divulgação do Islam) na internet, sem benefícios financeiros, tudo por nossa conta, com o único objetivo de levar o islam para as pessoas. Nós não estamos ligados a nenhuma entidade, grupo ou organização (ISLAM BRASIL, seção “Quem Somos”).

Em seguida, vieram as categorias: “Associativismo” (14), “Famílias e relações transnacionais” (13) e “Outros” (6). Os temas “Vínculos informativos com o país de nascimento” (3), “Companhia e ócio” (3), “Aprendizado do idioma” (2), “Usos de mídias de migração” (2) e “Participação política” (2) tiveram participações menos expressivas. E as categorias “Projeto de migração” e “Cidadania jurídica” não foram contempladas, provavelmente devido ao fato de que os sites analisados eram predominantemente de natureza informativa acerca da religião islâmica e da presença da mesma no Brasil, sem foco em situações voltadas para o jurídico e sem o acompanhamento da migração como projeto.

As publicações sobre “Consumo e produção cultural”, presentes em 7 dos 8 sites e páginas analisados, apresentaram, muitas vezes, a divulgação do Islamismo como objetivo e interesse principais, como já foi dito anteriormente. E, sobretudo, ensinamentos da cultura e da religião islâmica, visando a um aprendizado pleno das questões e temas comuns para o público leitor que nasceu e/ou vive no Brasil. Dessa maneira, elementos sobre o Islamismo (como o Alcorão, as datas e meses sagrados, o jejum, as orações, a peregrinação à Makkah, os hábitos, comportamentos e rituais em geral) são sempre citados, assim como a divindade e figuras as relacionadas a ela (principalmente Allah, Profeta Muhammad, *Imam Ali Ibn Al-Hussein* e Fátima Azzahrá). Além de postagens sobre os temas e personalidades essenciais do Islamismo, dois tópicos bastante explorados nessa categoria foram a questão da mulher no Islam, com publicações sobre as virtudes e os direitos femininos, a utilização da figura de Fátima como exemplo do gênero e outros pontos específicos (como trabalho, relações conjugais, família e lar), e a questão Palestina, com textos sobre a tragédia e as consequências dos conflitos. A publicação “Vice-presidente iraniana fala na ONU sobre a mulher”, do site do *IBEL*,

aborda a fala da vice-presidente iraniana em Assuntos de Mulheres e Família sobre a mulher, e ilustra o primeiro dos dois temas destacados. Segue um trecho da postagem:

“A vice-presidente iraniana em Assuntos de Mulheres e Família, Shahindojt Molaverdi, anunciou na última segunda-feira, em Nova Iorque, que dar poder e capacitar as mulheres em diversos âmbitos é um elemento importante da política de governo da República Islâmica. Durante a 58ª Sessão da Comissão da Organização das Nações Unidas sobre o Estatuto da Mulher, Molaverdi sustentou que Teerã considera o maior poder cultural, social, econômico e político das mulheres e meninas um elemento chave da planificação, legislação e política nacionais.” (INSTITUTO BRASILEIRO DE ESTUDOS ISLÂMICOS, “Vice-presidente iraniana fala na ONU sobre a mulher”, 14/03/2014).

Nas postagens de “Associativismo”, os temas foram desde divulgações sobre inaugurações de centros islâmicos e mussalas até notas sobre datas marcantes, como nascimento e falecimento de personalidades extremamente conhecidas no meio islâmico, além de martírios e festivais. A categoria “Famílias e relações transnacionais” apresentou, em sua maioria, notícias sobre visitas internacionais e negociações com diversos países. A publicação do site *Fambras* sobre a colaboração para o incremento dos negócios brasileiros com o Suriname, que abordou a presença do Embaixador da República do Suriname em São Paulo e a discussão acerca do intercâmbio comercial entre os dois países, é um exemplo disso. Na categoria “Outros”, foram identificadas postagens sobre o envio de formulários para participação e colaboração no próprio site (*CDIAL*), seção de perguntas e respostas (*Islam Brasil*), relações inter-religiosas e entre instituições (*Aressala* e *Fambras*, respectivamente), artigo sobre a mesquita de Foz do Iguaçu (*Islamismo BR*) e um texto que se enquadrou em autoajuda religiosa (*Ordem Jerrahi no Brasil*).

A maioria dos textos analisados foi escrita no idioma português, com exceção dos pertencentes ao site *Mesquita do Brás*, que contou 3 das 4 publicações analisadas no idioma árabe, além do português. As publica-

ções analisadas nos outros sites utilizaram poucas palavras em árabe em suas escritas, como aconteceu no site *CDIAL*, que frequentemente apresentou nomes importantes no idioma em questão, mas mesmo nesses casos a língua predominante foi, indubitavelmente, o português.

O conteúdo das publicações pesquisadas é objetivo e informativo. Muitas delas abordaram a presença islâmica e o crescimento da mesma no Brasil. É interessante notar a ideia de união entre os muçulmanos presente em algumas publicações através de simples expressões, como na felicitação pelo Ano Novo do site *Arresala*, na qual constava: “O Centro Islâmico no Brasil parabeniza a nação islâmica pela chegada no ano novo muçulmano de 1435 Hejrita” (*Arresala*, “Ano Novo Islâmico e Início de Muharam”, 05/11/2013). Também é relevante citar a existência de publicações sobre a Copa do Mundo de 2014 na pesquisa, com guias para muçulmanos durante o evento, visto que o período analisado permitiu esse fato.

Em uma análise dos sites e páginas, é possível perceber que eles apresentaram, de maneira geral, poucos comentários quando os mesmos foram possíveis. Quando isso ocorreu, foi para parabenizar pela postagem realizada na maioria das vezes. Outra informação relevante sobre os portais é que alguns deles disponibilizam livros/conteúdos informativos e seções especificamente de perguntas e respostas sobre o Islamismo, o que é muito interessante e reforça a ideia de divulgação e propagação de conhecimento da religião.

7.4. Considerações finais

Conhecer de perto os diversos espaços virtuais voltados para muçulmanos no Brasil, além de uma verdadeira viagem a outra cultura, sociedade, religião, organização social etc. nos confirmou que as TICs operam para um reordenamento territorial das experiências dos imigrantes no âmbito global, compondo verdadeiros espaços transnacionais, especialmente no que diz respeito à manutenção de laços (simbólicos e

ou reais) com o país de origem, e da construção de uma identidade diaspórica.

Tal identidade contém, no caso dos muçulmanos, diversas vertentes, passando especialmente por: consumo e produção cultural, associativismo e família, amizade e outros tipos de relações que ultrapassam fronteiras físicas. Afinal, como diz Hall (2014), a identidade cultural compõe aqueles aspectos de nossas identidades que surgem do nosso “pertencimento” – a culturas étnicas, raciais, linguísticas, religiosas e nacionais. Assim, podemos falar de uma identidade fragmentada, composta não de uma, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias, mostrando que a identidade é formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam.

Outra percepção após esse trabalho é que os muçulmanos fixados no Brasil e explorados através da análise desses espaços virtuais caracterizam um novo tipo de população imigrante que está emergindo, composta de redes, atividades e parceiros, que envolvem suas vidas do local de origem e do local de acolhida num único campo social. É o que Schiller, Basch e Blanc-Szanton (1992) chamam de transnacionalismo, ou seja, pessoas que desenvolvem e mantêm múltiplas relações – familiares, econômicas, sociais, organizacionais, religiosas e políticas – para além das fronteiras. São sujeitos que tomam ações, tomam decisões, se preocupam e desenvolvem identidades com as quais formam uma rede de conexão que envolve dois ou mais países.

Uma vez envolvendo uma ou mais nações – especialmente no caso dos muçulmanos, uma identidade que não conta com um espaço físico delimitado –, compreende vários estados ou nações. O interculturalismo, do qual nos fala Néstor García Canclini (2005), apesar de certa resistência em algumas ocasiões, é notório e crucial para a identidade e para a representação em questão. A ideia de interculturalismo do autor remete à mistura de sujeitos e sociedades, ou seja, ao que acontece quando as diferenças se encontram, convivendo em situações de negociações e tro-

cas recíprocas. Para Canclini, tal situação ganha relevância não só dentro de uma etnia ou nação, mas em “circuitos globais, superando fronteiras, tornando porosas as barreiras nacionais ou étnicas e fazendo com que cada grupo possa abastecer-se de repertórios culturais diferentes” (CANCLINI, 2005, p. 43), numa reelaboração intercultural do sentido de práticas culturais, num cenário de “diferenças, desigualdades e desconexões” (idem.).

Por fim, cabe ressaltar que a virtualização analisada no caso diaspórico ganha o status de produtor de vínculos cognitivos e produz uma dinâmica pela qual compartilhamos uma realidade, nesse caso, a realidade dos muçulmanos que escolheram o Brasil para viver.

***Webdiáspora* Espanhola (Galega)**

8.1. Contexto histórico da imigração

A questão da identidade nacional parece imprescindível quando se trata de estudos de processos migratórios. No caso da imigração espanhola para o Brasil não é diferente. Por mais que o fluxo tenha se intensificado com a crise econômica que a Espanha vem enfrentando desde 2008, a vinda de espanhóis para cá integra a chamada “corrente migratória europeia em massa”, ocorrida entre o final do século XIX e principalmente o início do XX, quando a abolição da escravatura fez emergir a necessidade de mão de obra barata aliada a um conceito de “branqueamento” da população, ação do governo brasileiro para tentar favorecer a entrada do país no *hall* das nações civilizadas.

A trama envolvia uma política com dois nortes: força de trabalho, com o processo de industrialização e as lavouras de café, e o combate à mestiçagem pela própria mestiçagem. Nesta política, não valiam, por exemplo, os alemães, que pelas diferenças culturais e a distância do idioma, isolaram-se em um grupo fechado em lugares não tão acessíveis do território brasileiro. É neste contexto que os espanhóis entram em cena.

Como lembra Mariana Novaes (2013), era preciso que o povo brasileiro tivesse uma identidade, ou seja, finalmente se formasse enquanto um grupo unificado. Mas essa identidade, obviamente, deveria ter *sangue branco*. Esse panorama ganha força com a Era Vargas, quando o ideal nacionalista chegou a proibir a imigração para o país e rejeitar o uso de línguas estrangeiras. Outro acontecimento relevante foi que, como aconte-

ceu em outros períodos, a partir da década de 1960, há uma queda nesse fluxo por outro motivo, quando muitos espanhóis preferem migrar para países mais próximos, especialmente Suíça e Alemanha. Isso aconteceu em um período de recuperação econômica da Europa no pós-guerra.

De uma forma ampla, a emigração galega atravessa todos os aspectos da história contemporânea da Galícia. O processo inicia-se no século XVIII, em direção a Portugal e a outras regiões da Espanha, expande-se no século XIX para as Américas, é interrompido durante a Guerra Civil (1936-1939) e a etapa inicial do governo de Francisco Franco. Então, volta a ganhar importância nos anos 1940 e chega à Europa desenvolvida na década de 1960, como citado no parágrafo anterior.

Segundo dados da Polícia Federal, em maio de 2013 havia cerca de 60 mil espanhóis com visto de permanência no Brasil. O número é bem abaixo dos registrados no início da imigração. De acordo com o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), entre 1890 e 1899 foram 102.142 espanhóis desembarcando no país. O aumento foi considerável na década seguinte, correspondendo a 224.672. Nos anos de 1910, o grupo que decidiu vir para o Brasil aumentou ainda mais e chegou a 815 mil. De 1920 até 1929 foram 846 mil novos imigrantes. Era uma clara consequência da falta de mão de obra do período pós-abolição e do fim da Primeira Guerra Mundial, que recolocou o território na rota migratória. Depois do amplo crescimento, a década de 1930 representou uma queda brusca. A época foi marcada pela Guerra Civil Espanhola. O Brasil sofreu impacto direto quando os Estados Unidos, por razões da crise de 1929, deixam de ser o principal consumidor do nosso café. Para completar, a política nacional do então presidente Getúlio Vargas foi outro fator de explicação para a diminuição. A chegada de espanhóis só voltou a ser registrada em 1950, e a contagem foi bem mais tímida: 92.176. Os números voltam a baixar em 1960, quando o país passa a perder mão de obra para a Europa recém-recuperada da Segunda Guerra Mundial. De 1970 até 1979, 115.493 estavam em terras brasileiras. Faz-se importante ressaltar que a partir deste ano os órgãos oficiais mudaram os critérios de

contagem. Em vez de avaliarem os estrangeiros que chegaram ao Brasil, passaram a contar os estrangeiros residentes. Nesse contexto histórico, o milagre econômico foi um chamativo para muitos trabalhadores de outras nacionalidades. Nos anos de 1980 houve mais saída que entrada, os altos índices de inflação deixaram apenas 81.290 espanhóis no país. A queda continuou na década seguinte e na posterior: 47.047 e 35.809 residentes respectivamente. A crise econômica enfrentada a partir de 2008 elevou a média para 60 mil.

Também segundo o IBGE, as principais cidades escolhidas no início do século XX, período de imigração mais massiva, foram Santos, Rio de Janeiro e Salvador. No Rio, os galegos representavam a maioria dos imigrantes espanhóis. A afinidade ética, linguística e cultural com os portugueses foi o motivo que se atribuiu à presença massiva do grupo na cidade. Trabalharam em atividades não qualificadas, em profissões tais como estivadores e ensacadores de café, em bares, tavernas, botequins, pensões ou no comércio ambulante. As moradias na maioria das vezes eram os cortiços, os mesmos do segmento mais pobre da população. As caixas de socorros mútuos foram outra opção de habitação e ajuda. O objetivo era oferecer auxílio médico, financeiro e jurídico. No Brasil são exemplos o Grêmio Espanhol de Socorros Mútuos em Minas Gerais e a Casa de Espanha de São Paulo, fundada em 1898.

A necessidade do “olhar para fora” (CONDE, 2010) é algo que se expressa em várias formas: o morador pobre olha para fora porque quer tentar uma vida melhor em outro país, os políticos também, pois já são muitos emigrantes e é preciso enxergar os que sobram como um novo nicho de eleitores que configuram o retrato de uma comunidade que não comporta seus cidadãos. Por último, estão os parentes e amigos, sempre a mirar o horizonte, esperando a volta daqueles que estão fora de seu país.

Segundo a estudiosa Ana Paula Conde (2010)¹, a Galícia é parte da Espanha, mas suas fronteiras são seus imigrantes e descendentes. Existe

¹ Jornalista, mestre em ciência política pela Universidade Federal Fluminense (UFF), doutora em História, Política e Bens Culturais do Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil da Fundação Getúlio

uma tradição imigratória que acaba por divulgar a cultura galega pelo mundo. Principalmente depois que a Espanha passou a ser parte da União Europeia e sinônimo de país desenvolvido. O orgulho fez com que os galegos não se escondessem e propagassem sua região e cultura de forma mais ativa. Igualmente importantes foram o barateamento dos transportes e a evolução dos meios de comunicação, que fizeram com que os emigrantes se mantivessem atualizados com suas origens.

A questão regionalista é forte em toda a Espanha. Na Galícia não é diferente. A começar pela língua, ser galego é algo muito próprio diante de toda a Espanha. O idioma galego, bastante próximo ao português, não identifica os moradores da Galícia à Espanha. Por isso muitas vezes é um motivo de distinção social negativa.

O que é ser galego? No nordeste brasileiro, galego é aquele que possui pele e cabelos claros, mas o termo não é tão usual assim no resto do país. Antigamente, e segundo Érica Sarmiento (2006, p. 44-47), galegos eram também os portugueses, numa forma pejorativa de homogeneizar povos de cultura e língua muito próximas. Esse muito provavelmente é o motivo pelo qual a cultura galega não está muito clara no imaginário brasileiro, apesar da forte presença desse povo no país. Camuflados entre os portugueses, acabaram não sendo reconhecidos em suas diferenças.

A gaita galega e o *Camiño de Santiago* são alguns dos marcos da cultura da Galícia. A *morriña*, de acordo com Fernando Iglesias², é um sentimento muito parecido com a nossa palavra saudade, só que no caso deles está exclusivamente relacionada à terra natal. Alguns centros fazem questão de garantir a perpetuação da cultura espanhola, como a Casa de Espanha do Rio de Janeiro, fusão entre o Centro Espanhol de Rio de Janeiro e a Casa de Galícia. O dia da hispanidade também oferece um memorial anual e apresentações que exploram o que a Espanha tem de típico. Nada disso, entretanto, possui grande expressividade no cenário nacional.

Vargas e professora do Departamento de Sociologia e Política da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio).

² Entrevista concedida à autora Beatriz Araújo, no dia 14 de março de 2014.

Na análise das duas grandes levas de espanhóis que recebemos, ou seja, entre o emigrante do início do século XX e o do XXI, há muita história. Por isso, um importante paralelo se faz necessário quando a comparação inevitável com os novos imigrantes espanhóis surge. Ambas as levas são atraídas por condições melhores de vida. Os povos galegos de meados do século XX vinham de uma vida simples e repleta de dificuldades, o que os fazia ansiar por uma vida melhor, ambientada por automóveis e objetos modernos. Os imigrantes do século XXI vêm para recuperar a boa vida. A aposta partiu não só dos trabalhadores, como também das grandes empresas, que acuadas na economia europeia, passaram a enviar seus executivos para a América Latina e a destinar uma maior parte dos recursos às filiais brasileiras. Dentre elas estão a *Telefónica*, do setor de comunicação; *Santander*, do setor financeiro; e *Iberdrola*, do ramo da eletricidade. Antes disso, na década de 1990 as relações entre as duas nações começaram a se estreitar no ramo dos negócios. A economista Zilneide Ferreira (2012) faz referência ao período:

Até o final da década de 1970 a Espanha era um país agrícola, com baixos índices de desenvolvimento. As relações Brasil-Espanha se caracterizavam por mútua irrelevância. A partir de então, a Espanha passou por profunda modernização e as relações entre estes dois países foram ganhando instrumentalidade [...] De fato, a partir de 1995, coincidindo com as transformações introduzidas pelo Plano Real e pelo Plano Diretor da Reforma do Aparelho do Estado (Plano Diretor) no Brasil e com o processo de internacionalização das empresas espanholas, houve maior aproximação e dinamismo nas relações hispano-brasileiras (FERREIRA, 2012, s/p).

Os espanhóis correspondem ao terceiro grupo de maior imigração para o Brasil, atrás apenas de Portugal e Itália, respectivamente. Esse dado reforça a importância da cultura hispânica na mistura de comunidades que compõem o povo brasileiro.

8.2. Mapeamento

Amigos en Brasil

(<http://amigosenbrasil.com/>)



Figura 96 – Amigos en Brasil

Amigos en Brasil é um fórum criado por Fernando Iglesias, imigrante espanhol da Galícia e que atualmente mora em Balneário Camboriú, Santa Catarina. Como muitos outros europeus, veio para o Brasil depois que a crise econômica mundial atingiu a Espanha, em 2008. Segundo ele, o processo de criação do site durou dois anos. Fernando pesquisou sobre as leis de imigração brasileiras e sobre assuntos que poderiam ser interessantes para estrangeiros com planos de emigração. O projeto é exclusivamente voluntário, envolvendo apenas a boa vontade do espanhol. Fernando e a esposa, brasileira, que durante nove anos morou na Galícia, hoje experimentam a *morriña*, uma palavra galega que envolve o apego à terra e às tradições da região. Da mesma forma, o *blog*, que também conta com um fórum, uma página no *Facebook* e um grupo, ajuda a transformar esse mesmo sentimento coletivo em solidariedade ao novo imigrante.

Caballeros de Santiago

(<https://www.caballeros.com.br/>)

ASSOCIAÇÃO CULTURAL HISPANO GALEGA
CABALLEROS DE SANTIAGO
 DESDE 1960

(71) 3334-4342 / 3334-0241

HOME FALE CONOSCO

INSTITUCIONAL CURSOS INTERCÂMBIO AGENDA NOTÍCIAS CONVÊNIO MATRÍCULA PORTAL DO ALUNO

Chegou sua vez de aprender Espanhol!

Viva a cultura hispânica e venha aprender espanhol na melhor escola de Salvador: Estrutura, professores e metodologia de ensino exclusivos!
 Na Caballeros de Santiago espanhol é para todos!

MATERIAS ABERTAS PARA 2015

Cursos intensivos para estudantes e profissionais

Aprenda ESPANHOL em até 1 ano

Traga seus amigos e ganhe descontos!

Clique aqui e confira os horários 3334-4342

Serviços de Traduções Nossos Parceiros Depoimentos Galeria de Fotos

VEJA AQUI INTERCAMBIO MULTIMÍDIA Encontre-nos no Facebook Caballeros de Santiago

Figura 97 – Caballeros de Santiago

A Associação Cultural *Caballeros de Santiago* foi fundada em 22 de novembro de 1960 por um grupo de imigrantes espanhóis da Galícia interessados em divulgar a cultura e a língua espanhola para a população de Salvador. Além do espanhol, o contato com as tradições galegas na Associação está ligados à música, à dança, aos filmes, ao artesanato e à também culinária. Desta forma, a maioria das publicações do blog tem a ver com a divulgação dos cursos oferecidos, bem como dos eventos realizados. Informações sobre o funcionamento do lugar também foram encontradas. As principais comemorações espanholas são comemoradas entre os associados no salão de festas da Caballeros de Santiago. Além disso, a Biblioteca possui um acervo de cerca de 7.000 exemplares, CDs e DVDs, além de receber periodicamente jornais e revistas vindos diretamente da Espanha. Existe um setor de cultura galega, que dispõe das mais variadas informações sobre a Galícia, sua cultura e seu idioma, o galego.

Câmara Oficial Española de Comercio en Brasil

(<http://www.camaraespanhola.org.br/>)



Figura 98 – Câmara Española de Comercio en Brasil

A *Câmara Oficial Española de Comercio en Brasil* é uma associação sem fins lucrativos com quase 300 integrantes que atua há mais de 50 anos na promoção das relações econômicas e comerciais entre Espanha e Brasil. No portal da entidade, é possível informar-se sobre os dois países. Há notícias sobre comércio, indústria, economia, leis que interfiram em suas relações etc. Dentre os serviços disponíveis estão: acompanhamento e abertura de empresas, busca de importadores e parceiros comerciais, informações sobre visto, comércio exterior e estudos setoriais. A *Câmara* também contribui para a divulgação das empresas por meio de suas publicações e veículos de comunicação internos, além de disponibilizar listagens de empresas associadas e espanholas instaladas no Brasil. A *Câmara Española* faz parte da rede internacional de 38 Câmaras de Comercio Espanholas no Exterior (CAMACOES), as quais se relacionam com o Conselho Superior de Câmaras da Espanha.

Casa de Espanha

(<http://www.casadeespanha.com.br/>)



Figura 99 – Casa de Espanha

A *Casa de Espanha do Rio de Janeiro* foi fundada em 27 de março de 1983. O portal é basicamente um site de divulgação do clube. Há informações principalmente sobre gastronomia espanhola, cursos de espanhol, eventos no salão de festas do clube e notícias. No período de análise da página (setembro de 2014), foi encontrada uma notícia sobre o Caminho de Santiago, algo frequentemente associado à cultura do país. Não há interação entre associados no site. Há apenas a divulgação dos encontros pessoais que acontecem no clube. Nesse caso, a função da Web é trazer o conhecimento para galegos, espanhóis, brasileiros e demais interessados acerca da *Casa de Espanha* e atraí-los para a cultura espanhola no espaço físico.

Centro Espanhol de Santos

(<http://www.cesantos.com.br/>)



Figura 100 – Centro Espanhol de Santos

O *Centro Espanhol de Santos* é mais um exemplo de clube. Sua origem é bem antiga e está associada à *Sociedade Española de Repatriación de Santos*. Como em qualquer “clube”, havia uma mensalidade e casos como os de espanhóis que solicitavam repatriação. Mais tarde, com a epidemia de febre amarela em 1918, o espaço transformou-se em um hospital. Suas instalações foram oferecidas às autoridades sanitárias, que implantaram leitos no salão de bilhar, no teatro, no salão nobre e na secretaria. Durante 15 dias, ali ficaram internados 128 enfermos. Antes disso, em 1916, o *Centro Espanhol* já havia servido de abrigo para os sobreviventes do naufrágio do vapor Príncipe de Astúrias, que afundou na Ponta do Boi, no dia 4 de março de 1916. Atualmente, a associação é composta por grupos folclóricos, uma biblioteca, cursos, salões de festas e até um colégio, chamado Alfonso X. As notícias veiculadas no portal incluem apenas informações sobre o clube, como a abertura de novas turmas para os cursos ofertados, por exemplo.

Espanhóis em Brasil

(<https://www.facebook.com/groups/espanhosenbrasiloficial/?fref=ts>)



Figura 101 – Espanhóis em Brasil

O grupo do *Facebook Espanhóis em Brasil* possui aproximadamente quatro mil membros (dado de agosto de 2014) e foi criado para que imigrantes espanhóis possam compartilhar informações e experiências sobre o país. Dentre as postagens há todo tipo de assunto, desde informações sobre vistos e documentos, passando por notícias que de alguma maneira envolvem os dois países até a divulgação de objetos à venda. De uma forma geral, o grupo trata bastante de assuntos polêmicos e políticos. Uma das postagens que se destaca, por exemplo, é uma que faz duras críticas ao sistema de saúde no Brasil. Seu administrador é Fernando Iglesias, espanhol engajado, responsável por diversos espaços de informação e discussão entre imigrantes. Dentre eles está o www.amigosenbrasil.com.br.

Expatriado en Brasil

(www.expatriadosenbrasil.com.es)



Figura 102 - Expatriados en Brasil

O blog *Expatriado en Brasil* é mais uma página de responsabilidade de Fernando Iglesias. Ainda que com menos conteúdo que o fórum, o site possui um formato mais amigável. Por outro lado, sem a categorização não fica tão fácil encontrar postagens sobre um determinado assunto. Em comparação ao grupo no *Facebook*, é perceptível que o teor crítico seja bastante inferior ou nulo. O caráter positivo fica ainda mais claro no texto sobre Balneário Camboriú, lugar para onde mudou-se com a esposa há alguns anos. Dentre os sites analisados, este provavelmente é o de maior utilidade ao imigrante no Brasil ou àquele que planeja sua vinda. Há dicas sobre o envio de comida e de dinheiro, além de esclarecimentos sobre a documentação necessária para a empreitada migratória.

Galegos en Brasil

(<https://www.facebook.com/groups/gallegosenbrasil/?fref=ts>)



Figura 103 – Galegos en Brasil

Galegos en Brasil é mais um grupo do *Facebook* voltado para imigrantes. Nesse caso em específico, as postagens e as discussões são direcionadas para a parcela do povo galego que emigrou para o país. Os temas expostos são geralmente leves, tendo mais a ver com humor e curiosidades. Em todos os sites e entrevistas analisados fica claro que a Galícia é lembrada de uma forma muito positiva e nostálgica por parte dos galegos. Todos parecem compartilhar da *morriña*, inclusive brasileiros que por algum tempo moraram por lá. Alguns dos assuntos observados foram: a presença de jovens galegos ao redor do mundo, opiniões diversas sobre o Rio de Janeiro, imagens da Galícia, vídeos de humor e a presença de centros galegos no Brasil.

Grêmio Espanhol

(<http://www.gremioespanhol.com.br>)



Figura 104 – Grêmio Espanhol

A história do *Grêmio Espanhol de Belo Horizonte* está muito ligada à primeira grande leva de espanhóis a desembarcar no Brasil. No início do século XX, pouco tempo depois da abolição da escravidão, muitos europeus vieram ao país para trabalhar. Dos espanhóis, a maior parte migrou para cá vindo da Galícia. Talvez por isso, o sentimento da *morriña* tenha movido aqueles imigrantes para a construção de um pedaço da cultura galega em suas novas terras. O portal na internet contém notícias em espanhol e em português, sendo o único site analisado a mesclar as duas línguas. Também há informações sobre pedido de cidadania e sobre como tornar-se sócio do Grêmio. O Caminho de Santiago aparece novamente e reforça a importância da jornada para a cultura da Espanha. Outros traços tradicionais também são representados, como por exemplo a gastronomia, a dança e a língua.

Quilombo Noroeste

(<http://quilombonoroeste.wordpress.com>)

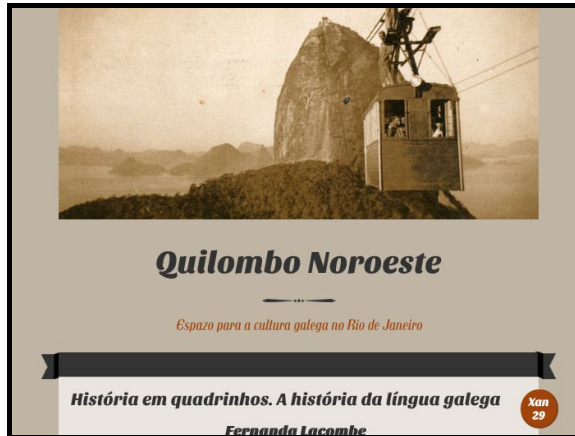


Figura 105 – Quilombo Noroeste

O blog *Quilombo Noroeste* se autodefine como um “Espazo para a cultura galega no Rio de Janeiro”. Ou seja, já de cara atrai a atenção por utilizar o idioma galego em sua descrição. O autor, Denis Vicente, conta que a intenção é difundir o conhecimento da relação entre Galícia e Rio de Janeiro. Não apenas as relações linguísticas e culturais, mas também as diferentes histórias pessoais dos galegos que vivem na cidade carioca. Dentre as postagens, há muita divulgação sobre eventos que envolvam a discussão de temas relacionados à Galícia em universidades, como por exemplo, cursos e palestras. Em uma das oportunidades era anunciada uma aula na UERJ sobre o *Caminho de Santiago*. Denis também faz entrevistas e sugere filmes aos leitores.

Diário Liberdade

(<http://www.diarioliberalde.org>)



Figura 106 – Diário Liberdade

O site *Diário Liberdade* se autointitula um “portal anticapitalista da Galiza e os países lusófonos”, aqueles que têm o Português como língua oficial. São informações sobre diversas regiões do mundo, em sua maioria de cunho político. As notícias estão divididas em tópicos por região: Galícia, Portugal, Brasil, África/Ásia, América Latina e Mundo. Além disso, a página também disponibiliza entrevistas, materiais audiovisuais e quadrinhos. As matérias divulgadas tratam principalmente de temas polêmicos, como o próprio subtítulo do site adianta. População LGBT, saúde, educação, racismo, direito nacional e imperialismo são alguns subtópicos que pontuam bem o objetivo da página. Um exemplo que merece destaque é o “Batalha de Ideias” da seção Brasil, que em 2014 abordou principalmente as eleições presidenciais. Há textos de ataque ao Partido Social Democracia Brasileira (PSDB) e de incentivo a candidatos de partidos mais alternativos, como Mauro Luís Iasi, presidenciável pelo Partido Comunista Brasileiro (PCB) e Zé Maria, do Partido Socialista dos Trabalhadores Unificados (PSTU).

O Patrimônio

(<http://www.opatrimonio.org/pt/patrimonio.asp?ver=brasil>)



Figura 107 – O Patrimônio

O Patrimônio é um site de candidatura da manifestação oral galego-portuguesa a Patrimônio Imaterial da UNESCO. Segundo a própria página, a tradição oral seria uma manifestação original da cultura de um povo. Sendo assim, a justificativa dada para a iniciativa expressa que as regiões do Norte de Portugal e da Galiza conservam, ainda, um conjunto de práticas sociais e uma tradição oral que, de alguma forma, as individualiza no conjunto das demais regiões portuguesas e espanholas. O leitor é convidado a participar e a apoiar a candidatura através do fórum, do chat ou por mensagens. Apesar de ser direcionado à exaltação do idioma galego-português, o portal disponibiliza a leitura para quatro idiomas ao todo: Galego, Português de Portugal, Espanhol e Inglês.

Salvador Galega

(<http://salvadorgalega.wordpress.com>)



Figura 108 – Salvador Galega

Salvador Galega é uma página na internet sobre a cultura galega, mais especificamente sobre a emigração do povo da Galícia e para Salvador cidade que recebeu muitos espanhóis provenientes dessa região. Eram pessoas muito pobres e jovens. Uma das histórias contadas trata de uma criança de 12 anos que veio para o Brasil trabalhar. As jornadas contabilizavam até 16 horas por dia, e as camas muitas vezes eram sacos de feijão. Esse menino chegou à Bahia em 1925. Em 1974 comprou o Hotel Chile, depois o vendeu e abriu o Grande Hotel Da Barra, que atualmente é administrado por seus filhos e netos. *Salvador Galega* é um portal criado para homenagear o povo galego emigrante.

8.3. Análise

Foi analisado um total de 10 páginas³, dentre sites, blogs, fóruns e grupos no *Facebook*, totalizando 100 textos. Cada postagem, relacionada

³ *Amigos en Brasil, Centro Español de Santos, Grémio Espanhol, Caballero de Santiago, Espanhol en Brasil, Quilombo Noroeste, Cámara Oficial Española de Comercio en Brasil, Expatriados en Brasil, Casa de Espanha e Galegos en Brasil.*

ao período de outubro de 2013 a fevereiro de 2014, foi encaixada em uma das 11 categorias estabelecidas. São elas: 1) projeto de migração; 2) famílias e relações transnacionais; 3) vínculos informativos com o país de nascimento; 4) consumo e produção cultural; 5) aprendizado do idioma; 6) cidadania jurídica; 7) usos de mídias de migração; 8) companhia e ócio; 9) participação política; 10) associativismo; e 11) Outros.

A maioria dos temas não seguiu um padrão de assunto e por isso foi encaixada na categoria “Outros”. Foram 39 neste caso. Muito comum também foi encontrar um mesmo assunto que pudesse ser identificado em mais de uma classificação. A publicação sobre os cursos de cultura hispânica na *Casa de Espanha* é um exemplo, pois nos protocolos foi agrupada em “Consumo e produção cultural”, mas ao mesmo tempo também está intimamente relacionada aos “Vínculos informativos com o país de nascimento”. A forma livre de *Facebook* e blogs permite uma generalidade de conteúdos, por isso 39 postagens sejam definidas na categoria 11.

Em segundo lugar estão as publicações sobre “companhia e ócio”. Nas dez páginas analisadas, oito apresentaram postagens sobre a questão. Em seguida vêm “Consumo e produção cultural” (16 postagens), “Vínculos informativos com o país de nascimento” (9), “Aprendizado do idioma” (9), “Cidadania jurídica” (7) e “Associativismo” (7). Os outros temas tiveram participação mais tímida. “Famílias e relações transnacionais” foi marcado três vezes, “Usos de mídias de migração” e “Participação política” apenas uma. A categoria “Projeto de imigração” não foi contemplada.

A maioria dos textos foi escrita em português, com exceção dos sites *Câmara Espanhola* e *Grêmio Espanhol*, que disponibilizam algumas notícias em espanhol, e do blog *Quilombo Noroeste*, que usa o galego em seu subtítulo “Espazo para a cultura galega no Rio de Janeiro” e em alguns posts. Nas páginas do *Facebook*, observamos uma mistura de idiomas, mas as fontes de discussão quase sempre são acontecimentos brasileiros.

O *Camiño de Santiago* foi certamente o lugar de referência na Espanha. Apareceu diversas vezes em muitas das páginas analisadas. Segundo a crença, a Igreja de Santiago de Compostela, localizada na Galícia, guarda os restos mortais de Tiago, um dos apóstolos de Cristo. Fernando Iglesias⁴, galego que atualmente vive no Brasil, conta um pouco sobre o percurso e acaba por explicar o porquê de ser tão repetidamente citado por espanhóis:

Gente de toda a Europa vai até a cidade de Santiago de Compostela. Mas não vão de carro nem avião, eles vão andando ou de bicicleta. A gente pega uma sacola com roupa e pode demorar vários meses para chegar. Gente de todo tipo, ricos, pobres, gente sem emprego, gente em cadeira de rodas etc. Mas ninguém é diferente quando faz o "Caminho de Santiago". Há caminhos curtos e caminhos muito longos. Há gente que caminha e dorme em albergues muito econômicos. Há gente desconhecida que se junta pelo caminho com mais gente e faz amizade, compartilha coisas. Muitas pessoas falam que depois de fazer o caminho, se tornam pessoas diferentes e melhores. O objetivo de chegar a Santiago de Compostela é purificar a alma.

Alguns grupos de espanhóis/galegos ultrapassam os limites do que seria uma comunidade de imigrantes que desejam trocar dicas sobre o novo país e relembrar a terra natal. É o caso da Caballeros de Santiago, por exemplo, uma associação cultural hispano-galego de organização bem definida, com presidente, tesoureiros, diretores e secretárias. Dentre os conveniados estão *Petrobrás*, *Peixe Urbano* e *AMBEV*.

As páginas do *Facebook* constituem o território mais rico para análises e interpretações variadas. Na página *Espanhóis en Brasil*, por exemplo, os integrantes fizeram duras críticas ao sistema de saúde no Brasil, exaltaram a superioridade dos hospitais espanhóis e culparam os brasileiros por escolherem políticos despreparados. O interessante das redes sociais é que a personalidade e o falso anonimato deixam a página repleta de opinião. Vale destacar também a veiculação de um vídeo de um pastor evangélico pedindo dízimo. As imagens foram encaradas pelos

⁴ Entrevista concedida à autora Beatriz Araújo, em 14 de março de 2014.

usuários de forma cômica e mais uma vez os imigrantes se viram superiores diante da cultura brasileira.

8.4. Considerações finais

No caso da presença espanhola no cenário brasileiro, sua importância encontra-se dentro do que foi definido como a identidade nacional, a mistura entre índio (nativo), branco (europeu) e negro (escravos africanos). Ou seja, uma conjuntura que só foi estabelecida no início do século XX, quando a massa europeia se juntou às outras etnias já estabelecidas. Para Lesser (2000), este foi o caminho para uma identidade hifenizada. Uma população que tem por essência justamente a mestiçagem e as múltiplas combinações entre diferentes povos pode encontrar unidade nas dessemelhanças (FREIRE, 2006).

A identidade cultural hifenizada se constrói, portanto, através da montagem de etnias e classes. Quer dizer, quando trabalhadores europeus foram trazidos ao Brasil, a intenção não era apenas “embranquecer” a população, mas principalmente que entrássemos no hall dos países desenvolvidos economicamente. Neste caso, o hífen de um hispano-brasileiro estará sempre aparente para que se lembre da heterogeneidade de sua origem.

O teórico cultural e sociólogo Stuart Hall, que nasceu na Jamaica, mas viveu e atuou no Reino Unido, falou desse sentimento com conhecimento de causa no livro *Da diáspora – Identidades e Mediações Culturais*: “Conheço intimamente os dois lugares, mas não pertenço a nenhum deles” (2003, p. 415). Eis um dos dilemas do imigrante.

Não é possível sair ileso em meio às trocas culturais (Hall, 2003). As migrações mantêm a cultura viva e ilimitada, infinita em suas possibilidades de combinações e resultados. No que diz respeito ao povo galego, a forte identificação com a terra de origem pode ser expressa em um termo que Hall nomeou de “identidade associativa”, uma forma de elo umbilical que perdura por gerações. Mas não intacto, no mundo globalizado e di-

aspórico, tudo é vivo e móvel. “Em suas muitas variantes, a “tradição” e a “tradução” são combinadas de diversas formas” (2003, p. 75). Na coexistência, de acordo com o “ponto de vista de partida”, cada sociedade será marcada de uma forma distinta. Essas são as características de um mundo intercultural (Canclini, 2005), em que as diversidades étnicas não apenas convivem entre si (ambiente multicultural), como também se entrelaçam e promovem mudanças no olhar de ambas, desconstruindo o que há visto como dado, óbvio ou tipicamente genuíno. Neste contexto, o global e o local perdem uma fronteira mais evidente. No caso dos galegos, a conexão se dá no sentimento da *morriña*, ao mesmo tempo em que a tradição de emigrar os desprende da origem comum.

Em razão dessas novas configurações, novos conceitos surgiram e tornou-se necessária uma análise do novo quadro. As autoras Nina Glick Schiller, Linda Basch e Cristina Blanc-Szanton chamaram a coexistência entre culturas de “transnacionalismo” (1992), um processo que permite o vínculo entre país de origem e país de acolhimento. Fernando Iglesias, imigrante espanhol entrevistado para o presente trabalho, vive essa experiência em seus diversos blogs e páginas nas redes sociais, em que se dedica a informar novos imigrantes espanhóis sobre o modo de vida no Brasil.

No século XXI, no momento em que as tecnologias de deslocamento e comunicação atingem o estágio atual, o sentimento nacional de um imigrante ignora os limites territoriais, mistura as experiências e vira símbolo do transnacional e do transcultural. Apesar da *morriña*, o pertencimento de um imigrante torna-se esparso na medida em que cresce o tempo longe de sua terra natal. Um galego que acumulou anos no Brasil será sempre visto como estrangeiro, ainda que não seja mais o espanhol da chegada ao país. Muda o olhar e muda a posição assumida no meio social, a partir da identificação com as especificidades.

A volta ou a naturalização faz parte do dilema que é ser um imigrante. Por mais que muitas vezes a primeira opção seja a intenção inicial, no fundo, mesmo sendo uma imigração a trabalho, esta acaba se

transformando em imigração familiar ou povoamento, na medida em que os contatos se estreitam e a vivência se intensifica, principalmente quando neste processo a família viaja como acompanhante. O imigrante tende a retornar pouco e a ficar de vez no novo país.

A ideia de fazer dinheiro e voltar acaba por não se concretizar, porque na verdade, na aldeia de onde vieram é que estavam só de passagem. E ainda assim, se voltarem, e quando voltam, continuam a se portar como imigrantes, pois o país não é mais o mesmo. É-lhes estranho agora o país de origem, mas também ainda são estranhos para o país de migração. A experiência da emigração provoca transformações e a construção de novos significados nos dois âmbitos.

Webdiáspora Russa e Ucraniana

9.1. Contexto histórico da imigração

A comunidade russa no Brasil se formou durante praticamente um século de processo imigratório. Anastassia Bytsenko (2006) destaca dados do Memorial do Imigrante (São Paulo): do Império Russo e da União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) vieram, de 1870 a 1953, 118.600 imigrantes. Foram direcionados principalmente para Santa Catarina, Paraná, Rio Grande do Sul e São Paulo.

As primeiras vindas massivas destes imigrantes ocorreram a partir da política brasileira de ocupação de terras, principalmente as do Sul, na segunda metade do século XIX. Apesar de a Rússia ter alcançado altos níveis de progresso tecnológico e econômico, o país permanecia agrícola, com enormes contingentes de camponeses e trabalhadores sem qualificação ocupando terras pouco rentáveis.

De acordo com Guerios (2008), há relatos dos próprios imigrantes sobre as necessidades financeiras que famílias camponesas passavam na região. Eles ilustram os motivos pelos quais optaram por migrar para o Brasil. Miséria, pobreza e dificuldades faziam parte do cotidiano dessa população. Esses relatos também dão conta de uma busca pela felicidade reservada por Deus aos povos soviéticos. Foram, então, guiados por propagandas que declaravam incontáveis vantagens de se estabelecerem no Brasil e pelos subsídios oferecidos para o trabalho nas lavouras.

Cabe ressaltar que esses povos eram provenientes do Império Russo (1721 – 1917), mas não eram somente de etnia russa. Foram assim classi-

ficados quando se deu sua chegada ao país, mas nessa categoria estavam incluídos poloneses, ucranianos, alemães e outros grupos étnicos provenientes do Império.

Na literatura e em dados disponíveis na internet são reconhecidos três principais momentos em que foi notável a taxa de imigração russa rumo ao Brasil. O primeiro a partir da situação econômica russa e a já mencionada política brasileira de povoamento; o segundo, após a Revolução Russa de 1917; e o terceiro, após a II Guerra Mundial.

9.2. Mapeamento

Feijoada Tchaikovsky

(<http://fejoadatchaikovsky.com.br>)



Figura 109 – Feijoada Tchaikovsky

O site *Feijoada Tchaikovsky* é um blog pessoal da jornalista russa Sasha Yakovleva que cresceu na Ucrânia e mora no Brasil há aproximadamente cinco anos. Ela conta que a ideia do diário virtual surgiu a partir de seu projeto anterior, uma página em que enumerava 51 diferenças entre Brasil e Rússia. Ela usa o espaço para dar sua opinião sobre assuntos relacionados a seu país de origem, como

costumes, curiosidades, situação política, turismo e música. Entre as várias postagens, destaca-se uma na qual Sasha conta que foi fazer uma visita à colônia russa mais tradicional do Brasil, um vilarejo bem afastado, localizado numa cidade do Mato Grosso. A jornalista também mantém uma página do blog no *Facebook*, na qual conta experiências ainda mais pessoais para ilustrar o modo de vida russo. O primeiro *post* é datado de 12 de junho de 2013 e o último, de 18 de março de 2014.

Voz da Rússia

(<http://portuguese.ruvr.ru/>)

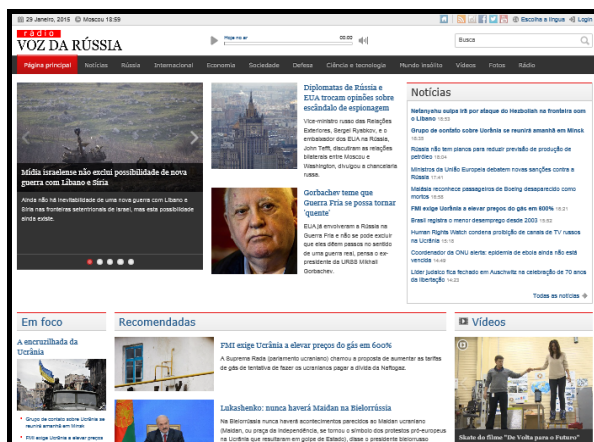


Figura 110 – Voz da Rússia

Voz da Rússia é um grande veículo jornalístico com periodicidade diária que atua no Brasil e em outros países, divulgando notícias tanto da Rússia quanto de relevância internacional. Originalmente, é uma emissora de rádio russa, existente há 84 anos, e que atualmente transmite o noticiário em 40 línguas. As editoriais são Rússia, Internacional, Economia, Sociedade, Defesa, Ciência e Tecnologia e Mundo Insólito (que trata sobre acidentes). Há também cinco colunistas no portal, dentre os quais russos e brasileiros. A maioria das notícias é composta por notas curtas; o conteúdo escrito pelos colunistas é mais extenso. Há um *link* no cabeçalho no qual se pode escolher entre opções de leitura em diversas línguas

(o site é redirecionado a um novo endereço), dentre elas, o próprio russo, chinês, húngaro, eslovaco, finlandês, vietnamita e até mesmo persa. A *Voz da Rússia* tem como projeto o site *Diário da Rússia*, no qual parece que a temática do próprio país é mais destacada em detrimento de outras notícias internacionais. Enquanto o primeiro tem cinco colonistas, o segundo site apresenta 24, também russos e brasileiros. Não há a opção de leitura em outro idioma.

Russobras

(<http://www.russobras.com.br/>)



Figura 111 – Russobras

O projeto do site *Russobras* foi concebido pelo Centro Científico do Instituto de Direito e Economia de Moscou e é dedicado a divulgar informações sobre povo, natureza, língua, história, ciência, cultura e economia russos. Segundo os criadores, o objetivo é desenvolver relações em nível cultural e não governamental entre as comunidades da Rússia, Brasil e seus vizinhos. O cabeçalho é uma composição de duas fotos de monumentos russos e uma do astronauta Yuri Gagarin, primeiro homem a fazer uma viagem espacial. O *layout* do site é bastante simples, contando com seis páginas principais (menu de navegação), mas que trazem dentro delas outros *links* não listados na página principal (mas listadas

na seção “Mapa do site”, no rodapé). Há também uma página *Russobras* na Rússia, dedicada ao Brasil. Outra questão relevante é o anúncio na página principal, de que pessoas jurídicas podem solicitar através do site a divulgação de produtos brasileiros no mercado russo. Não há espaço dedicado à discussão (fórum ou comentários). O portal existe desde 2009.

Associação Russo Brasileira

(<http://www.associacaorussobrasileira.com.br/>)



Figura 112 – Associação Russo Brasileira

A ARB (Associação Russo Brasileira) é uma entidade cultural situada em São Paulo. Em seu site, o grupo se propõe a divulgar informações sobre cultura e idioma russos, além de eventos promovidos no Brasil pela comunidade russa em busca de “perpetuar” suas tradições. A página principal apresenta um grande número de postagens (“Notícias”) que vão da mais recente (que se refere a um evento ocorrido em São Paulo no dia 30 de agosto de 2014) às mais antigas. No entanto, elas não são datadas. Pode-se notar que há um mal aproveitamento de praticamente todas as seções do site, pois o mesmo conta com um menu do lado esquerdo e um quadro de eventos no direito, mas eles não estão atualizados como a coluna central (“Notícias”). Ao mesmo tempo em que as atualizações

trazem diversas fotos junto aos textos, por exemplo, a seção “Arquivo Fotográfico” não contém sequer uma imagem. O mesmo acontece com os eventos divulgados: aparecem como postagens, mas não estão organizados no quadro fixo no lado direito, que ainda divulga fatos ocorridos em 2012 e 2013. Não há opção de comentários. No canto superior direito há um *link* para o portal *Diário da Rússia*.

Grupo Volga

(<http://www.grupovolga.com.br/> | <https://www.facebook.com/grupovolga?fref=ts>)



Figura113 - Grupo Volga

A Associação Cultural Grupo Volga de Folclore Russo situa-se em São Paulo e foi fundada em 1981, com o objetivo de incluir a comunidade russa nos eventos culturais paulistas, por meio de atividades de dança e canto, exposições de artesanato, culinária e atividades esportivas. Além do portal, o grupo possui página no *Facebook*. A descrição do *Grupo Volga* conta que a Associação é composta por crianças e adolescentes, ainda que isso venha se tornando mais difícil com o passar dos anos. O portal conta com um menu lateral no qual algumas seções trazem conteúdos que não têm caráter de atualidade, como curiosidades, datas importantes na Rússia e endereços de cursos de idiomas e paróquias. A

seção “Fotos” exhibe somente uma mensagem de erro. A página do grupo no *Facebook* tem 183 curtidas, até novembro de 2014, e foi criada em junho do mesmo ano. Na seção de informações, o grupo afirma que sua missão é “divulgar e preservar a cultura russa no Brasil”. Entre as fotos publicadas estão algumas do *I Seminário Internacional Brasil Rússia: Migrações no Século XXI* e de eventos culturais dos quais o grupo folclórico participou, sendo algumas das suas descrições feitas em português e em russo.

Curso Russo

(<http://www.cursorusso.com.br/> | www.facebook.com/ClubeEslavo)

Curso de Russo

Home Quem somos Cursos de Russo Material Didático Blog Contato

Curso de Russo em Grupo
Se você já estudou língua russa e só não conseguiu avançar, volte e aprenda a falar russo em grupo. Se você é iniciante, também já pode voltar para aprender russo em grupo. Inscrições abertas para o curso de russo em grupo. Inscrições abertas para o curso de russo em grupo. Inscrições abertas para o curso de russo em grupo.

Aprenda Idioma Russo como autodidata
Nossos materiais oferecem a metodologia mais inovadora e atualizada para você aprender idioma russo rápido!

Alfabeto russo
Aprenda o alfabeto cirílico em russo antigo do blog

Curso de russo particular e em grupo com professores nativos
Viva as vantagens de cada modalidade e escolha a que se encaixa melhor para você aprender russo. Você pode começar a aprender russo com aulas particulares e depois migrar para um grupo. Escutando falar o curso particular de russo você pode misturar entre as aulas presenciais e online. Você irá viajar? Trábia o curso de russo para viagens com material de conversação de 30 minutos para apresentar e receber a apresentação e a arte da cultura Russa. Além do material didático e aulas o aluno receberá semanalmente as aulas em russo e português, que são relacionadas à história da cultura russa. Um dia de russo, links para baixar música ou filmes em russo, tradução de sites onde pode se conectar em russo. Para isso precisa de cadastros no blog do Curso de Russo. Além disso, você pode aprender russo online com professores nativos.

Você tem diversas opções para estudar russo:

- Presencial
- Online
- Particular
- Turmas pequenas

Figura 114 – Curso Russo

O *Curso Russo* é o site de um curso do idioma russo com sede em São Paulo, que conta com professores nativos para o ensino da língua e também de português para estrangeiros. O site fala sobre a estrutura dos cursos oferecidos e tem uma seção de blog, na qual há atualizações periódicas relacionadas à cultura, à história e ao idioma da Rússia. O *layout* é bastante profissional em relação aos outros, já que se trata de um estabelecimento com fins comerciais. Seu endereço no *Facebook* leva a um grupo chamado *Clube Eslavo*, que conta com mais de 4,2 mil membros. Também há, na mesma rede social, a página, que possui mais de 2,3 mil

curtidas. Ao olharmos a descrição dos professores do curso no site, há tanto aqueles que nasceram na Rússia quanto os que passaram grande parte da vida em outras repúblicas soviéticas à época da URSS. Por isso, o nome *Clube Eslavo* no *Facebook* (embora a maioria das postagens seja relacionada à Rússia).

Russia-Brasil

(www.facebook.com/ROSSIYA.BRASIL)

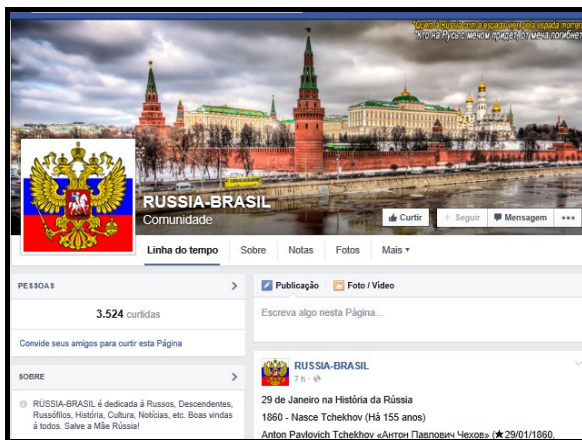


Figura 115 – Russia-Brasil

A página do *Facebook* intitulada *Russia-Brasil* existe desde 2011. Segundo a descrição, o objetivo da página é divulgar os interesses da comunidade russa no Brasil. Destina-se a russos, descendentes e “russófilos”. Em novembro de 2014, tinha pouco mais de 1.150 curtidas, e as últimas 10 postagens têm uma média de 11 curtidas cada. Nos últimos meses, quase todas as atualizações são sobre datas importantes para a história do país. Em seus álbuns, chama atenção a quantidade: mais de mil imagens e fotos. A *Russia-Brasil* também administra um grupo de discussão na rede social, onde compartilha as postagens da própria página e recebe também conteúdo de outros membros. Nesse grupo há pouco mais de 260 participantes, e as postagens de outros membros acontecem com bastante regularidade.

Ucranianos no Brasil

(<https://www.facebook.com/groups/121467614542628/>)

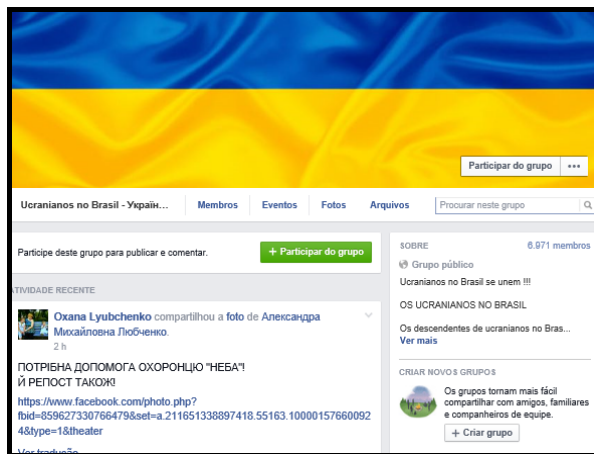


Figura 116 – Ucranianos no Brasil

O que mais chama atenção sobre o grupo público do *Facebook* *Ucranianos no Brasil* é a quantidade de membros: mais 6,5 mil (em novembro de 2014). Sua descrição é bastante extensa, tocando em questões como quantitativo e localização dos descendentes de ucranianos no Brasil, associações representativas da comunidade, religião e história da imigração. Entre o conteúdo compartilhado pelos membros estão notícias sobre a Ucrânia, comentários sobre a questão política no país e eventos – diferente de outros grupos ou páginas, neste grupo são divulgados eventos e encontros promovidos na Ucrânia pelos brasileiros. Alguns *links* estão em idioma ucraniano. Ucranianos no Brasil tem sete administradores.

Folclore Ucraniano Solovey

(www.solovey.com.br | www.facebook.com/FolcloreSolovey/info)



Figura 117 – Solovey

O *Folclore Ucraniano Solovey* é o site do grupo gaúcho homônimo, que também possui uma página no *Facebook*. A estrutura do site é simples, porém limpa e atualizada. O fundo é branco, há uma grande área para *posts* e fotos em destaque (*slideshow*), apresenta um menu superior, uma coluna para últimas notícias, ao lado a agenda e, abaixo, uma galeria de fotos e outra para vídeos. As fotos e vídeos são de eventos dos quais o grupo participou. A página do *Facebook* conta com 526 curtidas. Os *posts* se dedicam a divulgar eventos dos quais o grupo de dança participa no Rio Grande do Sul. Há uma seção onde um aplicativo do *Youtube* disponibiliza os vídeos de apresentações do grupo.

Rússia e Brasil Cultural

(www.facebook.com/groups/261961070512488/)



Figura 118 – Rússia e Brasil Cultural

O grupo público sobre cultura russa no *Facebook* intitulado *Rússia e Brasil Cultural* tem 1,4 membros (até novembro de 2014). Tem um único administrador e conta com regras especificadas no *post* fixado no topo da página: são proibidas propagandas políticas, e aqueles que querem divulgar cursos de idiomas devem oferecer algum tipo de exclusividade ou desconto. No entanto, há, sim, pessoas que fizeram propaganda política ou críticas aos candidatos à presidência do Brasil das eleições de 2014. Tal fato é curioso, porque nenhuma outra comunidade de discussão como essa no *Facebook* define regras aos membros, e a propaganda política só está presente neste, que a proíbe. Além desse tema, estão presentes outros como campanha a para que a bandeira russa seja incluída no *Monumento aos Pracinhas*, críticas à situação entre Israel e Gaza, além de notícias variadas.

Gazeta Russa

(<http://br.rbth.com/>)



Figura 119 – Gazeta Russa

O *Gazeta Russa* é um grande veículo de informação multilíngue que trata sobre questões culturais, políticas, econômicas e sociais da Rússia. O site tem a estrutura típica de um portal jornalístico, com editorias como Política, Internacional, Cultura, Opinião, Ciência e Tecnologia, etc. Além do português, o portal pode ser acessado em 16 outras línguas. Seu nome original é *Russia Beyond the Headlines*, e no Brasil a versão impressa é um suplemento do jornal *Folha de S. Paulo*. Na Rússia, é parte de um jornal estatal, e em outros 12 países circula como suplemento mensal junto a jornais locais com conteúdo específico para cada público. No *Facebook*, a *Gazeta Russa* tem mais de 69,7 mil curtidas (em novembro de 2014) e afirma que pretende manter diálogo direto com os leitores. As publicações se referem exclusivamente ao conteúdo publicado em seu portal.

Grupo Folclórico Ucraniano Poltava

(<https://www.facebook.com/GrupoPoltava/timeline>)



Figura 120 – Poltava

O *Grupo Folclórico Ucraniano Poltava* é o site do grupo paraense de dança e canto ucraniano homônimo, que existe desde 1981 e está no *Facebook* desde 2012. A página tem mais de 1,3 mil curtidas e realiza postagens com regularidade. A maioria das postagens divulga eventos dos quais o grupo participou ou participará. Fotos das apresentações e ensaios também são compartilhadas na *fanpage*. As atualizações têm uma média de 50 a 100 curtidas.

Blog do Lar São Nicolau

(<http://residenciaparaidosos-larsaonicolau.blogspot.com.br/>)



Figura 121 – Lar São Nicolau

O Lar São Nicolau é mantido pela Sociedade Filantrópica Paulista. É uma residência de longa permanência para idosos que foi fundada pela comunidade russa nos anos 1940. A sede é em São Paulo. Utiliza o blog desde 2011 para divulgar assuntos de interesse da comunidade no Brasil e assim preservar essa cultura. Lá pode-se encontrar a divulgação de eventos folclóricos, de datas comemorativas e textos sobre personalidades de ascendência russa. No cabeçalho está o endereço da instituição, com dados para a realização de doações.

9.3. Análise

Foi analisado um total de 8 páginas¹, dentre sites, blogs, fóruns e grupos no *Facebook*. Cada postagem, relacionada ao período de outubro de 2013 a fevereiro de 2014, foi encaixada em uma das 11 categorias estabelecidas. São elas: 1) projeto de migração; 2) famílias e relações transnacionais; 3) vínculos informativos com o país de nascimento; 4)

¹ *Feijoada Tchaikovsky*; *Voz da Rússia*; *Russobras*; *Associação Russo Brasileira*; *Ucranianos no Brasil* (Facebook); *Gazeta Russa*; *Grupo Poltava* (Facebook) e *Blog do Lar São Nicolau*.

consumo e produção cultural; 5) aprendizado do idioma; 6) cidadania jurídica; 7) usos de mídias de migração; 8) companhia e ócio; 9) participação política; 10) associativismo; e 11) Outros.

Das 90 postagens e textos analisados somando todas as 8 páginas, a maior parte delas (43) era sobre “Consumo e Produção Cultural”. Em seguida, as categorias mais expressivas foram “Vínculos Informativos com o País de Nascimento” (19) e “Outros” (14). As demais categorias contabilizaram os seguintes textos: “Família e relações transnacionais” e “Associativismo”, 4 textos cada; “Participação política” 3; “Aprendizado do idioma” 2; e “Companhia e ócio” 1.

A comunidade russa, como se autodescreve, parece prezar muito por suas manifestações culturais. Foram encontradas muitas associações de grupos de dança folclórica russa, assim como outros sites e páginas que divulgavam suas apresentações em eventos relacionados à Rússia. Segundo eles, essa é uma maneira de reunir a comunidade e preservar suas raízes entre os descendentes, já que a imigração russa é muito antiga e os jovens são uma parte significativa desta população. Páginas como a *Associação Russo Brasileira* comprovam essa afirmação: 7 de 12 postagens analisadas se referem à produção cultural da comunidade russa, dividindo-se em convites para eventos e coberturas daqueles que já aconteceram.

As categorias “Projeto de Migração”, “Cidadania Jurídica” e “Usos de Mídias de Migração” não foram contempladas nos canais de comunicação destes grupos. Como já foi citado anteriormente, o fluxo imigratório de russos e ucranianos ao Brasil se deu especialmente em finais do século XIX. Essas comunidades, algumas vezes conhecidas como “colônias”, já estabeleceram moradia no país desde 1870, constituindo família, associações e uma considerável linhagem de descendência. Acredita-se que é por essa razão que não seja tão expressiva a existência de canais informativos sobre cidadania jurídica, projeto de migração e mídias de migração.

Um aspecto notável entre os conteúdos investigados – com exceção dos dois veículos jornalísticos – é a intenção de ilustrar os costumes e o modo de vida na Rússia. A tentativa de mostrar aspectos sobre o país e

sua sociedade é uma constante. Um caso que exemplifica essa situação é o blog *Feijoada Tchaikovsky*. A criadora do site, na maior parte das postagens analisadas (6 de 10), falava sobre a cultura da Rússia e da Ucrânia para mostrar aos brasileiros o que consome, produz e pensa a população desses países.

No final do ano de 2013 e no início de 2014, ocasião em que os conflitos entre Rússia e Ucrânia estavam acirrados, pode-se perceber a comoção que a comunidade ucraniana desenvolveu em torno do assunto. No grupo *Ucranianos no Brasil*, no *Facebook*, as questões políticas eram pontos frequentemente abordados, somente dando-se intervalo às discussões e homenagens na época do Natal e do Ano Novo. Novamente, manifestações culturais, como cânticos tradicionais, eram compartilhadas como manifestação de apoio à população residente na Ucrânia.

9.4. Considerações finais

A pesquisa envolvendo russos e ucranianos ocorreu em um momento complicado no que se refere às relações entre os dois países. A decisão de aproximar a Ucrânia da Rússia, ao invés de assinar um acordo com a União Europeia, deflagrou um intenso conflito na Ucrânia. Em fevereiro de 2014, houve um derramamento de sangue e o então presidente Viktor Yanukovich foi destituído. A população, dividida entre pró-russos e pró-UE, tenta sobreviver a ataques de todos os lados, com militantes armados e força do Exército. Na Criméia, um referendo decidiu que a região pertence à Rússia, agravando ainda mais a situação e mantendo um desfecho cada vez mais distante. Numa situação de conflito, acaba aumentando índices de emigração e mesmo de pedidos de refúgio.

Tal situação, como não poderia deixar de ser, apareceu em todo material analisado, revelando que a *Webdiáspora* pode ser uma plataforma da representação da realidade e/ou mesmo da identidade cultural envolvida. Estas, por sua vez, estão apoiadas na concepção binária de diferença, conforme nos explica Hall (2003, p. 33):

[Representação e identidade estão fundados] sobre a construção de uma fronteira de exclusão e depende[m] da construção de um ‘Outro’ e de uma oposição rígida entre o dentro e o fora. Porém, as configurações sincretizadas da identidade cultural requerem a noção derridiana de *différance* – uma diferença que não funciona através de binarismos, fronteiras veladas que não separaram finalmente, mas são também *places de passage*, e significados que são posicionais e relacionais, sempre em deslize ao longo de um espectro sem começo nem fim. A diferença, sabemos, é essencial ao significado, e o significado é crucial à cultura.

Outra percepção de destaque é que, uma vez superadas as dificuldades do processo imigratório, o interculturalismo de Canclini (2005) aparece de maneira quase que natural, apesar de estarmos falando de culturas tão distantes em relação à brasileira, como a russa e a ucraniana. O próprio título do blog da jornalista russa Sasha Yakovleva, *Feijoada Tchaikovsky*, ilustra que tal situação ganha relevância em “circuitos globais, superando fronteiras, tornando porosas as barreiras nacionais ou étnicas e fazendo com que cada grupo possa abastecer-se de repertórios culturais diferentes (...), numa reelaboração intercultural do sentido de práticas culturais” (CANCLINI, 2005, p. 43)”.

Por fim, conforme lembram Schiller, Basch e Blanc-Szanton (1992) – ao proporem o conceito de transnacionalismo, vale ressaltar que, com práticas e conceitos elaborados dentro do país de origem, os migrantes transnacionais inserem-se em atividades complexas através das fronteiras nacionais que potencialmente moldam e transformam suas identidades, sendo necessária uma análise adequada para se compreender esse fenômeno e suas implicações. Para analisar o transnacionalismo é preciso observar as forças econômicas que conduzem os fluxos migratórios internacionais e localizar as repostas que os migrantes dão a essas forças, bem como entender suas estratégias de sobrevivência, práticas culturais e identidades no contexto da desigualdade, que é histórica no mundo.

Webdiáspora Árabe

10.1. Contexto histórico da imigração¹

A imigração de libaneses e sírios para o Brasil começa a crescer às vésperas do século 20, vindo a atingir seu auge mesmo antes do início da Primeira Guerra Mundial. Segundo o historiador e sociólogo Osvaldo Truzzi (1997), o ano de 1913, por exemplo, registra a entrada de 11.101 imigrantes árabes. No entanto, é necessário ressaltar que a presença da cultura árabe em todo o continente americano antecede, em vários aspectos, a imigração inaugurada ao final do século XIX, assim como ressalta a grande maioria dos pesquisadores do tema.

Por meio de vínculos religiosos ela já se mostrava presente, com a presença desde o século XVIII dos africanos mulçumanos malês na Bahia escrava. Pode-se também afirmar que desde o início da chegada dos portugueses e espanhóis (principalmente no Sul), a cultura árabe já estaria presente, manifestada na língua (muitas palavras no idioma português derivam do árabe), na culinária, na arquitetura, nas técnicas agrícolas e de irrigação, na medicina, na música etc. Tal fato se dá porque os árabes dominaram, por quase oito séculos, a Península Ibérica, marcando culturalmente nossos colonizadores. Segundo o antropólogo norte-americano John Tofik Karan (2005), “significativamente Granada, o último reduto árabe em solo europeu, foi conquistada pelos cristãos em 1492, no mesmo ano em que Colombo chegava à América” (2005, p. 65).

¹ Colaborou neste capítulo Guilherme Curi, doutorando em Comunicação Social na Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ).

De acordo com Truzzi (2008), ao final do século XIX, muitos navios do oriente aportaram nos portos de Santos (SP), Rio de Janeiro (RJ) e Rio Grande (RS) com indivíduos que buscavam refazer suas vidas longe do Império Turco-Otomano. Mais precisamente, a principal época de entrada de sírio-libaneses no Brasil se deu na metade do século XIX, por volta de 1880, quatro anos após a visita de D. Pedro II ao Líbano. Essa foi considerada a grande onda migratória daquela região, composta principalmente por cristãos que buscavam maior liberdade de império regido por leis mulçumanas.

Alguns autores, como Amorim (2010), afirmam que a grande maioria dos sírio-libaneses que vieram para cá enfrentavam uma difícil situação econômica, política e religiosa em seus países de origem. Segundo a pesquisadora, em 1861 houve uma grande perseguição de libaneses cristãos, fazendo com que muitos destes migrassem. No entanto, Truzzi (2008) ressalta que há certa construção mítica em torno das perseguições que os cristãos sofriam na Grande Síria, algo até mesmo forjado por políticos árabes na América que defendiam o Líbano sobre protetorado francês, principalmente após o fim da Primeira Guerra Mundial. O autor defende que os cristãos emigraram em maior número devido, também, ao fato desta comunidade possuir uma mentalidade mais progressista e menos apegada ao solo do que os mulçumanos. Ainda segundo Truzzi, é possível concluir que, basicamente, a união de fatores econômicos, demográficos e políticos desencadearam a onda migratória na grande Síria (Cham) – nome dado à região onde estão hoje os países Síria e Líbano (2008, p. 26). O que justifica a escolha por usarmos a hifenização para caracterizarmos a imigração sírio-libanesa no Brasil na primeira metade do século passado, mesmo sabendo da existência de diferenças entre ambas as culturas.

Outra questão a ser ressaltada sobre o início da imigração árabe no Brasil é o fato de que os primeiros imigrantes sírio-libaneses se empregaram como colonos. No entanto, como a maioria deles possuía certa facilidade para o comércio, logo começaram a se deslocar para os centros

urbanos mais próximos. E, a partir da acumulação de capital por meio da mascateação (prática de vender produtos manufaturados nas ruas que fez com que circulassem por todo o Brasil), os imigrantes também passaram a estabelecer locais fixos para comercialização, geralmente no ramo de secos e molhados e de vestuário, principalmente tecidos. Amorim (2010) observa que a imigração sírio-libanesa foi principalmente urbana, composta em sua maioria por solteiros do sexo masculino.

Os que aqui chegavam eram chamados de turcos por possuírem passaporte do império turco-otomano. Truzzi aponta que “todas as estatísticas a respeito são imprecisas, pois foram registrados como turcos, turco-árabes, turco-asiáticos, sírios ou libaneses” (2008, p. 45). Tal forma de identificação causava um grande desconforto em praticamente toda a comunidade migrante sírio-libaneses pelo fato de justamente tentarem escapar de algo que os oprimia e os estigmatizava - um dos fatores-chaves para a compreensão da reconstrução identitária dos imigrantes sírio-libaneses no Brasil.

Já a partir de 1970, outro fator político contribuiu para vinda de migrantes árabes para o Brasil: a guerra civil libanesa. Truzzi (2008) ressalta que o conflito foi marcado por batalhas de várias correntes políticas e religiosas entre cristãos maronitas e muçulmanos. Ao contrário do que havia acontecido anteriormente, em 1976, um massacre de mil pessoas pelas forças cristãs causou um grande êxodo do país de muçulmanos.

Já a Síria, desde 2011 vive uma intensa guerra civil devido às disputas étnicas e religiosas entre as forças leais e contrárias (Coalizão Nacional) ao governo de Bashar Al-Assad na região. O Líbano, por sua vez, desfrutou ao longo dos últimos anos de alguns períodos de prosperidade e paz, porém, marcados por bruscas interrupções como a guerra civil entre os anos de 1975 a 1990 e também, recentemente, em 2006, o conflito bélico entre Israel e o grupo rebelde muçumano *Hezbollah*.

Atualmente, de acordo com dados publicados pelo controle de imigração do governo brasileiro, até o ano passado havia cerca de 15 mil

imigrantes libaneses permanentes no Brasil, enquanto o número de sírios seria de 314.92. Outro dado importante é a crescente taxa de refugiados sírios desde o início dos conflitos, que aumentou significativamente.

Passado mais de um século, por não haver dados oficiais, o número total de descendentes de sírio-libaneses é uma estimativa. Calcula-se que hoje vivam no Brasil em torno de sete milhões de pessoas, o maior número de descendentes de imigrantes da Síria e do Líbano no mundo. Só no Estado de São Paulo cogita-se existir em torno 500 mil descendentes.

10.2. Mapeamento

Somos Arabes Livres

(<https://www.facebook.com/groups/337929629722849/>)

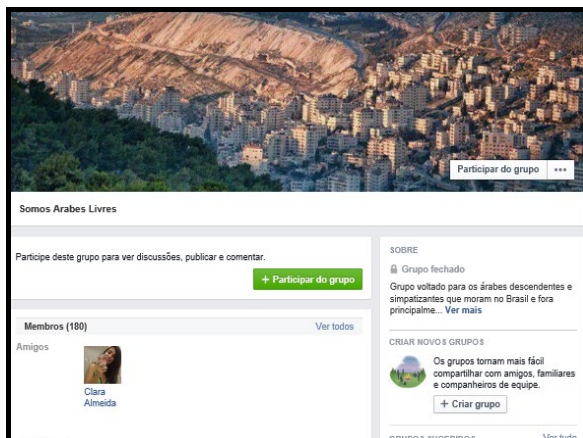


Figura 122 – Somos Arabes Livres

Somos Arabes Livres é um grupo fechado que faz parte do *Facebook*, possuindo 82 membros (em dezembro de 2014). Apesar de ser fechado, são aceitos não apenas árabes ou seus descendentes, mas também simpatizantes da cultura. O grupo tem a proposta de reunir árabes que moram

² <http://oestrangeiro.org/>

principalmente no Brasil e que se comunicam por meio do idioma português. Todos os membros podem postar vídeos, textos e imagens, além de poderem se expressar através das curtidas e dos comentários, não havendo assim uma hierarquia na comunidade. As postagens variam entre mensagens de motivação, vídeos aleatórios que não necessariamente têm a ver com o mundo árabe (vídeos engraçados de animais, por exemplo), postagens de caráter político (notícias do Oriente Médio, fotos de indignação com a corrupção no Brasil etc.), fotos de crianças e mulheres árabes, fotos de comidas típicas árabes e vídeos que compartilham alguma tradição, como músicas árabes.

Portal da Comunidade Árabe

(<http://www.portaldacomunidadearabe.jex.com.br/>)



Figura 123 – Portal da Comunidade Árabe

O site *Portal da comunidade árabe* é um jornal voltado para os árabes que vivem no Brasil. Seu conteúdo é produzido em língua portuguesa. Foi criado em 18 de junho de 2014. Possui 9 sessões, sendo elas: Arábia Saudita, Brasil e Mundo Árabe, Culinária, Cultura e Música, Líbano, Marrocos, Oriente Médio e Golfo, além de Portal Árabe – Saúde. Já foram publicadas (até dezembro de 2014) 53 notícias. O jornal Virtual busca informar seus leitores sobre os principais acontecimentos que se passam no mundo árabe, além de aproximá-los com a cultura árabe,

como por exemplo em postagens de receitas que fazem parte da culinária típica e na divulgação de artistas árabes. Na sessão “Brasil e Mundo Árabe” há uma predominância de notícias políticas, enfocando, por exemplo, a questão das eleições e como elas se refletiram nos países árabes.

ARAB 4EVER

(<https://www.facebook.com/groups/170940573111700/>)

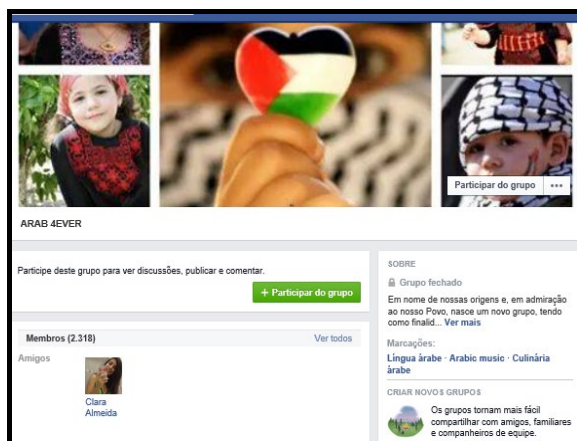


Figura 124 – ARAB 4EVER

ARAB 4EVER corresponde a um grupo fechado do *Facebook*, possuindo 2.245 membros (até dezembro de 2014). É voltado para a comunidade árabe. A maioria de suas postagens é em português, contendo algumas em árabe e outras (raras) em inglês. Nas postagens, predominam mensagens de motivação, vídeos de músicas árabes, notícias ligadas à tradição do mundo árabe, mensagens religiosas – principalmente vindo do livro *Jardim dos Virtuoso* –, fotos de crianças (em trajes árabes), fotos de doces e comidas típicas da culinária árabe e fotos de paisagens e lugares, principalmente de países árabes. Seu conteúdo é diverso. O curioso é perceber que as postagens de cunho de entretenimento são as que causam mais reação: recebem mais curtidas e são as postagens mais comentadas. Dois exemplos disso são, primeiramente, um vídeo de comédia em árabe, que recebeu 13 curtidas e 11

comentários; outro foi uma postagem em que o membro pedia para os outros adivinharem qual era a planta na foto, alegando que quem acertasse ganharia um milhão de reais. Essa postagem recebeu 34 curtidas e 34 comentários. Postagens de comida típica e lugares de fácil reconhecimento pela comunidade árabe também fazem parte das que mais repercutem.

Árabes no Brasil e no mundo

(<https://www.facebook.com/arabesnobrazil?fref=ts>)



Figura 125 – Árabes no Brasil e no mundo

Árabes no Brasil e no mundo é uma página/comunidade no *Facebook*, que até dezembro de 2014 contabilizava 399 curtidas. Suas principais postagens são fotos de lugares em países árabes, de imagens que fazem referência a eles. Uma foto de uma bandeira do Líbano no topo do monte Everest, ou então uma simples fotografia de uma caneca escrito “Lebanon” e o país de fundo, por exemplo, mostram essa ligação com o país árabe que a página se preocupa em compartilhar. Outros lugares, como a Palestina, cidades do Egito e Dubai, também são destaques na página. Fotos de lugares turísticos e belos que estão atrelados à cultura árabe e a divulgação de personalidades e artistas árabes são os conteúdos predominantes da página. Aparece, por exemplo, uma foto de Georgina Rizk, a

primeira mulher do Oriente Médio a ganhar o título de Miss Universo, e outra foto do poeta, pintor e escritor Gibran Khalil Gibran, um árabe libanês.

Somos Árabes

(<https://www.facebook.com/groups/218225451556192/>)



Figura 126 – Grupo Somos Árabes

“Comunidade voltada para os árabes e seus descendentes e todos que gostarem do nosso povo, que sem falsa modéstia e um povo maravilhoso”. Tal frase é a descrição do grupo fechado *Somos Árabes* no *Facebook*. Possuindo 12.828 membros (até dezembro de 2014), trata-se de um grupo com conteúdos bem diversos, devido à grande quantidade de participantes. A maioria das postagens se encontra no idioma português. Na página há postagens como por exemplo o vídeo de uma menina dançando dança do ventre, passando por mensagens motivacionais e divulgando outras com caráter político. Um fato interessante foi a iniciativa de criar um amigo oculto à distância. Os membros participantes da brincadeira recebiam um *e-mail* dizendo quem era o amigo oculto e qual presente ele escolheu, e em seguida mandava o presente pelos correios para o sorteado. Para completar a brincadeira, quem recebia o presente deveria tirar uma foto com ele e postar no grupo, agradecendo. No caso,

uma das participantes tirou uma foto com seu presente, um forno elétrico. Outras postagens que se destacam também são as ligadas à culinária árabe. Mais uma característica importante encontrada nesse grupo é o cuidado da moderação com postagens de cunho religioso. “ATENÇÃO: Comentários islamofóbicos, anti-semitas e anti-árabes ou que coloquem um povo ou uma religião como superiores serão apagados. Tampouco ataques entre leitores”. Tal aviso também se encontra na descrição do grupo.

Presença Árabe no Brasil

(<https://www.facebook.com/presencaarabe?fref=ts>)



Figura 127 – Presença Árabe no Brasil

Presença Árabe no Brasil corresponde a uma página/comunidade no *Facebook*, com 8.508 curtidas (até dezembro de 2014). Com a maioria das postagens em português, o conteúdo da página é variado, porém, sempre relacionado ao mundo árabe. A página foi fundada em 2011, e faz parte de uma pesquisa de doutorado que busca investigar a presença de árabes no território brasileiro. Para isso, o idealizador pede para quem quiser contribuir enviar até três fotos que expressem essa presença. Voltando ao conteúdo da comunidade, percebemos nos álbuns de fotos uma grande quantidade de elementos artísticos e tradicionais da cultura ára-

be: culinária típica, exposições vinculadas a artistas árabes, indicações de filmes, documentários e séries que se passam em uma atmosfera árabe, lugares no Brasil que foram construídos ou inspirados nos árabes etc. A página conta com dicas musicais, homenagens a artistas árabes, notícias políticas, vídeos de árabes realizando tradições (dançando alguma música típica, por exemplo), dicas de eventos (foi vinculado na página o evento da *1 Semana e Fórum da Solidariedade ao Povo Palestino*, em São Paulo), além de ser uma plataforma que permite que outras pessoas publiquem postagens sobre a presença árabe no país.

Icarabe

(<http://www.icarabe.org/>)



Figura 128 – Icarabe

“O Instituto da Cultura Árabe, baseado em São Paulo, Brasil, é uma entidade civil, autônoma, laica, de caráter científico e cultural. Visa integrar, estudar e promover as várias formas de expressão da cultura árabe, antigas e contemporâneas, e encorajar o reconhecimento de sua presença na sociedade brasileira. Está aberto à participação de todos os que acreditam ser premente assegurar o respeito às diferenças”. Tal trecho foi retirado da apresentação do site *Icarabe*, que, na verdade, também possui como função uma comunicação com o Instituto. O site divulga, por

exemplo, como o indivíduo pode se associar ao Instituto, virando sócio (existe mais de um tipo de sócio). A página também é rica em conteúdo, possuindo diversas sessões, entre elas: artes visuais, cadernos ICarabe, ciência, cinema e teatro, ICarabe na mídia, dança e música, educação, gastronomia, geral, história, imigração, literatura, mídia, mulher, palestras e debates, política e sociedade e religião, além de publicações de artigos, entrevistas, um álbum de fotos e enquetes. Na parte de imigração, que nos interessa aqui, o site divulga informações e eventos que podem ser de grande interesse para os imigrantes. Um exemplo foi a divulgação de um curso gratuito oferecidos pelos Sesc e pela *Cáritas*, em que o idioma português é ensinado no nível básico para refugiados. São divulgados também eventos culturais, como a *16ª Festa do Imigrante*, em São Paulo, e a reabertura do *Museu da Imigração*, também na cidade paulista.

Eu amo o Líbano

(<https://www.facebook.com/groups/EUAMOOOLIBANO.EAL/>)



Figura 129 – Eu Amo o Líbano

O grupo *Eu amo o Líbano* no *Facebook* possuía 8.141 membros até dezembro de 2014, e tem como descrição ser um espaço para pessoas que, definitivamente, possuam amor pelo Líbano, suas terras e cultura.

Entre as publicações ali presentes, algumas chamam bastante a atenção. Entre elas, é possível notar que muitos que ali estão não necessariamente são libaneses, mas sim filhos de libaneses. O grupo realizou um amigo oculto virtual no Natal, no qual os presentes eram entregues pelos correios – quem recebia postava mensagens de agradecimento. Os moderadores, vendo que o número de postagens diário estava impossibilitando que cada integrante do grupo tivesse uma noção do conteúdo transmitido, resolveram impor um limite de 3 postagens por dia, por pessoa. Alguns dos participantes têm também inclinação à religiosidade árabe. Encontramos, entre as publicações, uma senhora divulgando que há em Laranjais, no Rio de Janeiro, o cedro-do-líbano, que ornamenta uma construção feita por um libanês, em 1917. Por fim, a publicação mais recente é de uma excursão ao Líbano que está sendo programada para julho de 2015. A excursão poderá levar até 48 pessoas, e os pontos turísticos nos quais os viajantes passarão já são pré-determinado pelos moderadores responsáveis pela viagem.

Gazeta de Beirute

(<http://www.gazetadebeirute.com>)



Figura 130 – Gazeta de Beirute

A *Gazeta de Beirute*, como o próprio site descreve, é um “portal semanal de notícias do Líbano para a comunidade brasileira”. Navegando pelo seu conteúdo, pode-se encontrar características pertinentes ao estudo da relação árabe-brasileira. Ele é mais voltado para brasileiros que emigram para Beirute, logo, as informações ali presentes estão em português. Porém, o movimento contrário também é válido. Já na página inicial, aparece o número de visualizações da página que até dezembro de 2014 contabilizava 1.254.295 visitantes. A primeira aba, chamada de “Tudo sobre o Líbano” é bastante útil no sentido de que auxilia brasileiros que desejam ir a Beirute, ao passo em que fornece informações pertinentes, como por exemplo os valores de estadia na cidade, além de dados sobre transportes, bancos, correios, saúde, universidades, telefones de emergência, religião e meios de comunicação. Neste penúltimo item, Beirute é chamada de cidade multi-religiosa. Eles explicam que o *adhan* de mesquita toca para lembrar as orações realizadas cinco vezes ao dia e, no Islã, o dia sagrado mulçumano é a sexta-feira. Na aba “Eventos no Líbano” são mostradas algumas informações sobre acontecimentos da cidade que interessariam brasileiros. Entre eles, uma feira de livros, a programação de uma rádio na qual haveria participação de uma banda afro-brasileira, além da exibição do filme brasileiro “Nosso Lar”.

Árabes no Brasil³

(<https://www.facebook.com/groups/166329963482508/>)

Com 208 membros até dezembro de 2014, o grupo *Árabes no Brasil* no *Facebook* não possui um número muito grande de publicações. Sua descrição já denota que também são aceitas pessoas que, apesar de não serem árabes, simpatizam com a etnia. Ofensas são proibidas. Algumas das postagens estão em português, outras em árabe. Algo que chama a atenção são pessoas que se sentem incomodadas com o preconceito que

³ No período da captura das imagens para ilustração desse trabalho (de 27/01/2014 a 15/02/2104), a página não estava disponível.

há com os palestinos, então neste grupo estão pessoas que defendam esses indivíduos. Uma imigrante árabe que reside em São Paulo questiona se há venda de carne e frango *Halal* no Brasil, uma vez que é muçumana. Algumas postagens mais antigas são de mulheres que tiveram relacionamentos com árabes, e o interessante é que elas reclamam bastante sobre o tratamento que receberam destes por conta, muitas vezes, das diferenças culturais.

Revolução Síria no Brasil

(<http://revolucaosiria.blogspot.com.br>)



Figura 131 – Revolução Síria no Brasil

O blog *Revolução Síria no Brasil* é essencialmente uma página que foi criada para divulgação de ataques que são feitos contra os sírios. O conteúdo exposto nela está em português e funciona como uma frente para que os brasileiros estejam por dentro dos acontecimentos brutais que acontecem na Síria. As publicações ali presentes são mais antigas, sendo a maioria do ano de 2011. Uma delas é sobre uma manifestação que foi planejada pelos administradores da página e ocorrida na avenida Paulista, como forma de apoio à revolução do povo sírio e contra a ditadura do chamado assassino Bashar al-Assad. Na aba “Fotografias”, todas

as imagens são de pessoas brutalmente feridas em meio aos ataques na Síria. As descrições clamam por liberdade e bons tratos.

Portal Comunidade Árabe

(<https://www.facebook.com/portalcomunidadearabe>)



Figura 132 – Portal da Comunidade Árabe

O *Portal Comunidade Árabe* está presente tanto na rede social *Facebook* como na Web, e é descrito como o “primeiro departamento jornalístico e imprensa internacional de notícias diárias árabe em língua portuguesa”. Até dezembro de 2014, havia 2.849 curtidas na página. O portal é frequentemente atualizado, e busca divulgar acontecimentos dos países árabes, como por exemplo o sofrimento dos cristãos iraquianos em seu país. Nesta publicação, há a seguinte frase acerca do assunto, dita por um entrevistado: “Qualquer cristão ainda em nossa casa agora é muçulmano ou morto”. Sobre as questões sociais, há também a notícia de um torneio de basquete para órfãos, que ainda oferece bolsas para as crianças viajarem para o campus de verão do Real Madrid. Outras postagens variam em seu teor, como o político, o cultural ou o culinário. No entanto, notícias que criticam algum movimento cultural radical que causa violência, maus tratos, preconceito e prisões injustas são as mais divulgadas diariamente.

Frente Brasileira de Solidariedade com a Síria

(<https://www.facebook.com/solidariedadecomasiria?ref=ts>)



Figura 133 – Frente Brasil. De Solidaried. Com a Síria

Criada em agosto de 2013, a página do *Facebook Frente Brasileira de Solidariedade com a Síria* compartilha mensagens de fomento ao nacionalismo, como já é dito em sua descrição: “Na Síria uma Nação inteira defende seu país e sua soberania contra o terrorismo ocidental e a propaganda de guerra midiática!”. Na página constam mensagens de frequente periodicidade que têm relação ao número de pessoas que a “curtem” – eram 2.143 em dezembro de 2014. A página não oferece informações que se relacionem exclusivamente à vivência em solo brasileiro, e também compartilham dados sobre o contexto geopolítico da Síria. Elas são feitas pelos sírios que se encontram no Brasil e, também, a partir de pessoas que disponham dessas informações. As postagens têm conteúdos bem diversificados, como por exemplo denúncias de assassinatos, crítica à falta de democracia em Israel e fotos dos “guerreiros do Hezbollah protegendo o Líbano”, por exemplo. O conteúdo também é composto por artigos, vídeos, eventos e principalmente notícias sobre política.

Coordenação da Revolução Síria no Brasil

(<https://www.facebook.com/www.coordenacaodarevolucaoosiria.com.br?ref=ts>)



Figura 134 – Coord. da Revolução Síria no Brasil

Fundada em junho de 2011, a comunidade do *Facebook* intitulada *Coordenação da Revolução Síria no Brasil* parte do objetivo inicial de agrupar a maior quantidade de pessoas de todas as nacionalidades que querem ajudar o povo “massacrado” da Síria. O objetivo maior, conforme descrito, seria libertar o povo sírio da ditadura e, também, mudar a posição do governo brasileiro “para o lado do povo sírio”. Essas metas são propostas mediante o trabalho coletivo, já que a palavra “juntos” aparece acompanhando todos os objetivos revolucionários. A comunidade usa na maioria de suas postagens o idioma português, entretanto, por vezes também há presença de conteúdo em árabe. As postagens são compostas por conteúdo apelativo e de indignação em que é usado, muitas vezes, vocabulário de baixo calão para denunciar consequências da ditadura síria, como fotos de crianças subnutridas, moradores de rua em péssimas condições e assassinatos em massa. O conteúdo fomenta o ódio a Assad, atual ditador sírio, com provocações e ameaças como “o regime de Assad tem que ser eliminado, ou se preparem para terceira guerra mundial”, ou

“pensamento Crianças da Síria. Sabe o que significa isso?” seguida de fotos de desenhos de crianças que retratam guerra, morte e sofrimento.

Revolução Síria no Brasil

(<http://revolucaosiria.wordpress.com/>)



Figura 135 – Revolução Síria no Brasil

Criado em outubro de 2011, o site se utiliza do português, do inglês e, principalmente, da língua árabe para fazer suas postagens, apesar de haver pouco conteúdo escrito, sendo mais comum conteúdo audiovisual. A página é composta por denúncias de atos terroristas cometidos contra os sírios. O conteúdo é muito pesado, contendo vários vídeos de homicídios radicais. O site critica muito a imprensa por supostamente não divulgar a realidade da Síria, assim como pela mídia supostamente não levar essas questões a debate a âmbito mundial. Para fazer isso, utiliza-se de informações sobre os massacres que estão acontecendo a partir dos governos ditatoriais. Os *posts* mais recentes são de fevereiro de 2013, mostrando que houve um abandono do moderador do site desde então.

”العرب في البرازيل - Árabes no Brasil

(<https://www.facebook.com/pages/%C3%81rabes-no-Brasil-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%B1%D8%A8-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D8%B1%D8%A7%D8%B2%D9%8A%D9%84/214369198687192?sk=timeline>)



Figura 136 – Árabes no Brasil

A comunidade no *Facebook* intitulada *Árabes no Brasil*, composta por postagens em inglês, árabe e, principalmente, português dispõe de um conteúdo fortemente cultural. Seus *posts* trazem vídeos de danças típicas como o *Mevlevi*, textos sobre personalidades árabes de referência que vão de Georgina Rizk – Miss Universo 1971 – aos samaritanos, e dizeres sobre diferentes países árabes. As mídias são diversificadas, contendo vídeos, fotos e conteúdo literário. Há uma aproximação da comunidade com seus participantes, percebida a partir da observação de troca de mensagens desejando feliz Páscoa, feliz Dia das Mães e boa tarde. Com 6.371 curtidas até dezembro de 2014, a frequência dos *posts* é intermitente, variando de mês em mês.

Árabes de Chuí

(<https://www.facebook.com/clubearabe.chui?fref=ts>)



Figura 137 – Árabes de Chuí

A página da *Sociedade Árabe Palestino Brasileira Beneficente*, a *SAPBB*, localizada em Chuí, no Estado do Rio Grande do Sul, tinha 1.088 amigos até dezembro de 2014. Surgiu em julho de 2011, com a intenção de integrar e informar os membros do Clube. Com esse fim, são postados eventos, principalmente churrascos, vídeos com partidas de futebol realizadas no campo do clube e mensagens de motivação para que o espaço seja cada vez melhor utilizado. Também é comum a presença de *posts* lembrando de datas simbólicas para os árabes, como os 30 anos da chacinha em Sabra e Shatila, e de *posts* com conteúdo cultural a exemplo de vídeos com jovens tocando e cantando músicas árabes. Apesar da página não ser atualizada com tanta frequência, o que é disponibilizado acaba proporcionando à comunidade árabe, em escala regional, uma integração e uma vivência de sua cultura no solo que imigraram, no caso, no Brasil.

Revista Chams

(<http://www.chams.com.br/>)

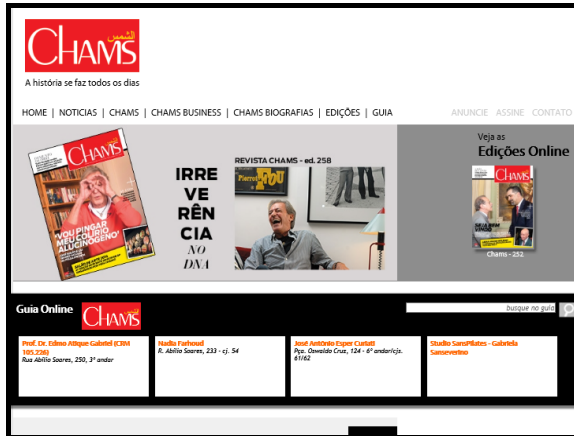


Figura 138 – Revista Chams

Em circulação desde 1991, a *Revista Chams* publicava mensalmente eventos, festas, entidades e personalidades da imigração árabe no Brasil. Há destaque de matérias para brasileiros que mantêm a cultura, as tradições, a gastronomia e a língua árabe no Brasil, com toda a sua diversidade religiosa e nacional, e que formam a imensa coletividade que conhecemos como “colônia árabe”. Entretanto, desde novembro de 2013 que não são feitas mais postagens e desde a edição de dezembro do mesmo ano que a revista não publica mais edições no site pelo ISSUU. Destaca-se, porém, que o conteúdo publicado era bem diverso, e alguns exemplos são um documentário egípcio inédito que seria passado no Brasil, ou a divulgação da campanha de um chá beneficente realizado por uma liga feminina árabe e de exposições com artistas árabes no Brasil. Utilizando uma linguagem de fácil leitura e de grande conteúdo informativo, o site e as edições disponibilizadas são sempre escritas em português. Apesar das datas dessas postagens serem antigas, a *Revista Chams* continua divulgando conteúdo e cultura árabe em sua página no *Facebook*.

Esperança Refugiados Árabes no Brasil

(<https://www.facebook.com/pages/Esperanca-refugiados-Sirios-no-Brasil/478025062331774?sk=timeline>)



Figura 139 – ERAB

A comunidade do *Facebook Esperança Sírios refugiados no Brasil* surgiu em julho de 2014, com a intenção de criar um meio para que as pessoas se solidarizem com os sírios refugiados no Brasil. Por ser uma comunidade, o internauta tem a possibilidade de curtir ou não. Partindo dessa ferramenta que mostra manifestação de interesse, a página tinha até dezembro de 2014, 238 curtidas. Segundo os moderadores, conforme descrito na página: “Somos uma entidade de promoção social, ajudando as famílias sírias refugiadas no Brasil a encontrar trabalho e moradia temporária”. São disponibilizados um *e-mail* e um número de telefone para possibilitar contato com a comunidade e, assim, oferecer auxílio aos refugiados atendidos por eles. Abaixo dessa apresentação citada, são postadas mensagens relatando a situação e as necessidades do povo sírio refugiado. Além disso, há fotos de doações variadas como remédios, caixas de leite, livros infantis, colchões e também fotos da construção de moradias para tais refugiados. Seguindo delas, são escritas mensagens de agradecimento para os doadores, que são enumerados pelos nomes. Também são postadas fotos de jantares beneficentes entre os sírios, além

de mensagens carinhosas em datas simbólicas. A frequência de postagens é intermitente e proporcional às doações que recebem.

10.3. Análise

Para esta etapa da pesquisa com o grupo árabe de imigrantes, foram analisadas 8 páginas⁴, entre blogs, sites e grupos do *Facebook*. As postagens que inicialmente foram sujeitas à análise correspondem ao período entre outubro de 2013 e fevereiro de 2014. Porém, uma vez que algumas delas não eram datadas, foram estudadas algumas publicações de cada seção do site em questão. Cada postagem foi encaixada em uma das 11 categorias estabelecidas. São elas: 1) “Projeto de migração”; 2) “Famílias e relações transnacionais”; 3) “Vínculos informativos com o país de nascimento”; 4) “Consumo e produção cultural”; 5) “Aprendizado do idioma”; 6) “Cidadania jurídica”; 7) “Usos de mídias de migração”; 8) “Companhia e ócio”; 9) “Participação política”; 10) “Associativismo”; e 11) “Outros”.

No total, foram analisados 181 textos. A categoria que obteve maior número de postagens foi a “Consumo e produção cultural”, com 45 delas. Enquanto alguns sites tinham claramente um tema no qual eram mais focados, outros tipos de página, em especial as do *Facebook*, envolviam diversos assuntos, talvez por ser justamente um meio onde o conteúdo circula mais livremente. Apesar de ter sido um objetivo categorizar as publicações, algumas delas se encaixavam em mais de um tema como, por exemplo, uma notícia publicada na *Gazeta de Beirute* que informava: “Omã pretende incentivar estudo do idioma árabe no Brasil”. Esta notícia engloba tanto a categoria “Consumo e produção cultural” quanto “Aprendizado do idioma”.

Em segundo lugar, vem a categoria “Outros”, com 28 publicações. Após, segue “Companhia e ócio”, com 24 postagens. Juntas vêm as catego-

⁴ *Icarabe, Somos Árabes, Presença Árabe, Eu Amo o Líbano, Gazeta de Beirute, Portal da Comunidade Árabe, Esperança Refugiados Árabes no Brasil e Árabes de Chuí.*

rias “Famílias e relações transnacionais” e “Vínculos informativos com o país de nascimento”, cada uma com 22 publicações. Depois seguem “Participação política” (19 postagens) e “Associativismo” (17 postagens). A categoria “Cidadania jurídica” não foi contemplada. As que obtiveram participação menos frequente nos protocolos foram “Projeto de migração” (2), “Aprendizado do idioma” (1) e “Usos de mídias de migração” (2).

A maioria quase absoluta das postagens encontradas tinha seu conteúdo escrito em português e não em árabe. Porém, esta realidade não impedia a circulação de notícias e músicas, por exemplo, nos grupos no *Facebook*, no idioma árabe. Vale destacar que na página desta mesma rede social, *Esperança dos Refugiados Sírios no Brasil*, o idioma da maioria das postagens continuava em português, mas com a presença constante de erros gramaticais. Tal fato mostra que, provavelmente, o moderador da página possa ser um imigrante ainda não totalmente fluente no idioma português. No grupo fechado do *Facebook Somos árabes*, foram encontradas também mensagens em inglês.

Dentre os sites analisados, um dos mais interessantes foi o *Portal da Comunidade Árabe*, que é também presente em uma página no *Facebook*. Nele, foram publicadas mais de dez notícias sobre as eleições para a Presidência da República do Brasil de 2014. A página possuía inclinação à eleição do então candidato Aécio Neves, o que não deixa de indicar engajamento político. Foram feitas, na mesma página, postagens referentes à questão terrorista que os iraquianos enfrentam, como a informação de que terroristas do grupo ISIL buscavam escravas sexuais. No que diz respeito à cultura árabe, destaca-se a notícia de que os árabes visitam um cemitério em Rabat para discutir sobre diversos assuntos, como por exemplo a existência de espíritos, acreditando ser um local adequado para este tipo de reunião.

Já no grupo do *Facebook Somos Árabes*, o que mais se destaca é a interatividade entre os membros, como a criação do concurso infantil de Mr. ou Miss, em que as crianças mais votadas através das curtidas ganhariam o título. Percebemos tal espírito de solidariedade uns com os

outros no crescente número de mensagens motivacionais, destinado para todos os membros. Na comunidade *Presença árabe no Brasil*, do *Facebook*, são divulgados eventos, trabalhos artísticos, notícias políticas, dicas de lugares e assim por diante. No site *Icarabe* também encontramos assuntos de diversos campos. O site, que representa o *Instituto da Cultura Árabe* (entidade civil), funciona como um portal, já que seu conteúdo é bem completo, tratando de assuntos desde a imigração até gastronomia. Percebeu-se também, durante a análise, que todos os assuntos possuem o mesmo valor de importância, e portanto não há apenas um tema que se sobressaia.

É interessante perceber, na página do *Facebook* intitulada *Esperança dos Refugiados Sírios no Brasil*, o sentimento de solidariedade e de cooperativismo dos imigrantes em busca de uma vida melhor no Brasil, após tantos traumas advindos da luta contra o governante vigente em seu país de origem, a Síria. Além disso, nota-se como as doações (de livros infantis, por exemplo), são importantes e calorosamente agradecidas pelos membros. Na página do *Facebook* *Árabes do Chuí*, é curiosa a intenção de integração em escala regional dos árabes dessa cidade localizada no Sul do Brasil, que se dá a partir de mensagens de motivação e do incentivo para utilizarem o *Clube Árabe*.

Partindo dessas análises, fica evidente que a principal fonte do material obtido no decorrer do trabalho foi proveniente das redes sociais, com destaque para o *Facebook*. Neste espaço digital, devido à facilidade de manuseio e por seu abrangente alcance, os imigrantes conseguem ocupá-lo de forma mais confortável, criando espaços para exporem suas necessidades, suas realidades e, principalmente, se integrarem e vivenciarão sua cultura no Brasil, local de sua imigração. Já que nos grupos há o diferencial interessante de cada membro possuir a oportunidade de participar, acabam sendo criadas relações interpessoais e o associativismo torna-se onipresente. Com essa troca de informações e de conteúdos entre os membros do grupo, nota-se que os imigrantes desenvolvem um sentimento maior de acolhimento.

10.4. Considerações finais

Acerca dos resultados obtidos durante a presente pesquisa, que relaciona a imigração árabe com a rede virtual de comunicação, podem ser citados pontos que apresentam maior destaque. Basicamente dois foram os tópicos capazes de englobar a diversidade do conteúdo encontrado na *Webdiáspora* árabe: cultura e cooperativismo. A questão cultural abordada nas redes definidas como alvos do trabalho se fez presente tanto numa perspectiva árabe quanto em uma brasileira, apesar da primeira ter sido encontrada em maior escala. Os sites árabes demonstram certo mecanismo de defesa, ao ponto em que difundem características de sua realidade nativa para conhecimento de outros. Esta exposição de costumes árabes pôde ser encontrada relacionada à religião e às tradições – como a de reunir-se em um cemitério para conversar sobre diversos assuntos, como espíritos, já que acreditam ser um local adequado. Notícias sobre práticas terroristas em países árabes também são publicadas com teor de preocupação. Já sobre o cooperativismo, este é encontrado em maior grau nas páginas e grupos do *Facebook*. Os usuários demonstram preocupação com questões intrínsecas à política brasileira, mostrando engajamento político.

Além disso, as pessoas costumam compartilhar dicas para outros que planejam viver nos países árabes, além de haver apoio notável na direção oposta também: os indivíduos anseiam que os árabes que imigram para o Brasil sejam capazes de encontrar uma vida melhor, já que sofreram traumas na luta contra o governante da Síria, por exemplo. Além disso, nesses espaços virtuais cria-se um ambiente favorável a doações e à troca de mensagens motivacionais, o que demonstra a interatividade e a solidariedade presentes nesses grupos. O *Facebook* cria uma esfera na qual a troca de informações, de ajuda e de afetividade ocorre mais naturalmente, já que o espaço de certa forma é mais confortável e possui livre acesso. O contato, ainda que virtual, parece suprir as

necessidades relacionais dos indivíduos que ali compartilham de suas realidades. O canal possibilita a troca de informações de diversos segmentos, desde a gastronomia até eventos e lazer. Todas essas coisas constroem harmonia afetiva para imigrantes, descendentes e aqueles que se interessam pelo universo árabe.

Amparo (2012) discorre sobre o importante papel que a internet possui para construir novas identidades culturais. De acordo com a autora, imigrantes buscam no ciberespaço, além de manter contato com família e amigos que ficaram no país de origem, informações e aspectos que contribuam para a manutenção das tradições provenientes de suas culturas originais. Tal busca é bem evidente na amostra estudada, em que há grande presença de materiais vinculados à cultura árabe, como músicas, receitas típicas, notícias, entre outros. Interessante é notar também, que, apesar da presença de elementos árabes, também existem conteúdos focados no país de destino, no caso o Brasil. Postagens como a divulgação de eventos e fatos que acontecem no país são sinais de que há a formação de uma identidade híbrida, uma formação de identidade nova que é estimulada graças ao espaço virtual.

Ao aprofundar os conteúdos dos sites que fizeram parte da *Webdiáspora* árabe, é perceptível como o processo de imigração atinge diversos âmbitos da sociedade, como diz Abdelmalek Sayad (1998). Segundo o autor, o ato de imigrar é um “fato social completo”. Eventos como a *Semana Árabe*, realizada em Brasília e fortemente divulgada por algumas páginas no *Facebook* voltadas para imigrantes e para pessoas interessadas na cultura árabe, refletem que a imigração dialoga com vários campos, tais como Economia, Sociologia, Psicologia e outros, não podendo ser considerada, dessa forma, um simples processo de deslocamento.

Segundo Néstor García Canclini (2005) a imigração geralmente é condenada como um processo que sublinha as diferenças e reforça a segregação. Como proposta melhor para encarar a integração mundial, o autor reforça o processo de interculturalidade como o fenômeno de transição capaz de integrar o mundo sem diminuir nenhuma cultura. Tal

processo remete à confrontação e ao entrelaçamento, ou seja, o que se sucede quando os grupos entram em relações e troca, é o processo mais indicado para lidar com as migrações do mundo atual. Partindo dessa premissa é possível traçar um paralelo com a *Webdiáspora* árabe que, como consta em diversas páginas do *Facebook*, o incentivo a povoados árabes de integrarem sua cultura à brasileira, como por exemplo, proporcionando partidas de futebol em campos de clubes árabes. Dessa maneira, os imigrantes vivenciam sua cultura mesclando-a com a do país em que estão, sem intenção de dominação ou supremacia, criando uma interseção entre elas. Vivem, então, de maneira intercultural, não esquecendo suas raízes e, ao mesmo tempo, absorvendo os hábitos e os costumes locais.

Outra questão abordada por Canclini (2005) e que pode ser relacionada à imigração árabe no Brasil é o fato dos partidos políticos e dos sindicatos nacionais não conseguirem formular elaborações alternativas sobre questões globais de ampla escala, que só parcialmente são assumidas por ONGs e movimentos ecológicos ou de direitos humanos. Tal fato faz sentido diante do grande número de comunidades independentes do *Facebook* que buscam doações e atitudes solidárias com diversos imigrantes árabes no Brasil que estão em péssimas condições sociais após virem de seus respectivos países onde, por exemplo, fugiram de guerras proporcionadas pelo governo vigente.

Webdiáspora Andina

11.1. Contexto histórico da imigração

A chamada América Andina é formada pelos países sul-americanos cujos territórios são atravessados pela Cordilheira dos Andes. São eles: Chile, Bolívia, Peru, Equador, Colômbia e Venezuela que, juntos, totalizam 5,5 milhões de km² e 135 milhões de habitantes.

Além do aspecto físico-geográfico, esses países têm outras características em comum. A população é formada, na maioria, por descendentes de espanhóis, indígenas, sul-americanos e africanos, e a religião predominante é a católica. Além disso, a economia desses países é baseada, principalmente, na agricultura (voltada para a exportação), no extrativismo (mineral e vegetal), na pesca (principalmente Peru e Chile) e na indústria (principalmente bens de consumo). Apesar das origens indígenas, o espanhol é a língua principal, já que todos os países foram colonizados pela Espanha.

A crescente presença destes grupos de imigrantes hispano-americanos no Brasil, caracterizados pela cultura andina em comum, levanta uma série de questões não só sobre a identidade cultural andina, mas sobre a latino-americana como um todo.

As tradições e a diversidade cultural de Bolívia, Peru e Chile são aspectos amplamente exaltados por esses três povos, que ganham novas dimensões em situação de diáspora. Ao utilizar os adjetivos bolivianos, peruanos e chilenos para caracterizar estes imigrantes, porém, é preciso pensar na efetividade da cultura nacional da formação do indivíduo –

apesar de grupos, seus membros são heterogêneos. Considerando esta formulação para o caso de imigrantes oriundos de um mesmo país ou região, é um equívoco pensar neles como uma comunidade coesa e unitária. As diferenças regionais, sociais e étnicas, marcadas muitas vezes por preconceito e hierarquização, não desaparecem no contexto migratório. Além disso, são países com grande histórico de conflitos entre eles.

A questão étnica e a origem indígena são variáveis fundamentais para entender a construção da identidade dos imigrantes andinos no Brasil. Grande parte dos nacionais destes dois países é descendente de indígenas e apresentam fenótipos específicos caracterizados pelos cabelos lisos e pretos, a pele cafuzada, as maçãs do rosto salientes e os olhos puxados. Segundo Silva (2007), “a origem étnica passa a ser um elemento diferenciador entre os brasileiros que se consideram brancos e os hispano-americanos, considerados por aqueles como índios” (p. 81). Entretanto, no artigo “Convivência, alteridade e identificações. Brasileiros e bolivianos nos bairros centrais de São Paulo” (2012), Dominique Vidal salienta que estas características físicas também são comuns a muitos brasileiros oriundos das regiões Norte e Nordeste, principalmente. Por isso, outras categorias são invocadas para classificar alguém como “andino”, como vestimentas típicas, cortes de cabelo, postura corporal e a língua, atreladas aos fenótipos indígenas.

É preciso destacar ainda que entre brasileiros, chilenos, peruanos e bolivianos compartilha-se as influências de três matrizes formadoras de nossas culturas latino-americanas: a ibero-americana, a indígena e a africana. Para Silva (2012, p. 32), há maiores chances de diálogo intercultural em razão de elementos culturais comuns, perceptíveis nos costumes, nas crenças, na música, na gastronomia e nas danças que foram sendo incorporadas e ressignificadas ao longo da história dos povos latino-americanos.

Neste início de século, o cenário da imigração mundial foi alterado pela crise econômica nos países desenvolvidos e pela ascensão de países emergentes. A Europa e os Estados Unidos deixaram de monopolizar a rota de migração entre os sul-americanos e os movimentos intrarregio-

nais se intensificaram a ponto de, em 2012, superar em números a saída de pessoas para os países do hemisfério norte¹.

Neste panorama, o fenômeno da imigração entre nações latino-americanas torna-se cada vez mais significativo para a sociedade brasileira. Para Rosana Baeninger (2008), que analisou dados do IMILA/CELADE², é a partir da década de 80 que o número de imigrantes da América do Sul vivendo no Brasil começa a aumentar significativamente, enquanto o número de brasileiros nestes países diminuiu ou se estabilizou. De 1970 a 2000, o estoque de brasileiros na Argentina foi reduzido de 48 mil para 33 mil, ao passo que o de argentinos no Brasil se elevou de 17 mil para 27 mil no mesmo período. Esse mesmo fenômeno ocorreu com o Peru, onde o número de brasileiros diminuiu de 3 mil para quase 2,5 mil; enquanto o número de peruanos em território brasileiro aumentou de 2,5 mil para 10 mil.

No Uruguai, o número de brasileiros se estabilizou desde 1975 até 1990 (em torno de 14 mil pessoas); já os 11 mil uruguaios no Brasil, em 1960, passaram para 22 mil em 1991. A quantidade de paraguaios no país também aumentou, de 1990 a 2000, de 19 mil para 28 mil pessoas, respectivamente.

O Chile e a Bolívia também apresentaram um grande aumento no número de residentes no Brasil. De 1,4 mil, em 1960, os chilenos passaram para 17,8 mil, em 1980 e mantiveram o número estabilizado até o fim do século XX. Já os bolivianos, de 8 mil, em 1960, passaram para 20 mil até 2000.

Os países do Mercosul e associados, beneficiados pelo Acordo de Residência e Livre Trânsito³, correspondem a mais de um quinto da soma dos imigrantes estabelecidos no Brasil com visto permanente até 2012,

¹ Fonte: *Panorama Migratorio de América del Sur* 2012. Disponível em: http://www.iom.int/files/live/sites/iom/files/pbn/docs/Panorama_Migratorio_de_America_del_Sur_2012.pdf. Acesso em: outubro de 2014.

² IMILA é um projeto de pesquisa sobre migração internacional na América Latina do Centro Latino-Americano e Caribenho de Demografia (CELADE), que por sua vez é um órgão da CEPAL - Comissão Econômica das Organizações das Nações Unidas para a América Latina e o Caribe.

³Assinado em 2002, o Acordo assegura a todos os migrantes nacionais de um Estado Parte residentes no território de outro Estado a igualdade de direitos, com exceção daqueles barrados pelas constituições

um total de 237.318. Os principais representantes são a Bolívia, com 50.240, e a Argentina, com 42.202⁴.

Bolivianos – Responsáveis pela principal corrente migratória para o Brasil na atualidade, os bolivianos formam a maior comunidade de latino-americanos e andinos residentes no país. São mais de 50 mil com o visto permanente concedido pela Polícia Federal até 2012. Do total de 44.878 pedidos de anistia cadastrados pelo governo federal entre 2009 e 2011, mais de 18 mil eram de cidadãos bolivianos⁵.

Os números oficiais sobre a imigração deste grupo estão muito aquém das avaliações de pesquisadores e entidades especializadas no assunto. Estima-se que haja em torno de 350 mil imigrantes da Bolívia no Brasil, sendo apenas 100 mil documentados⁶.

A cidade de São Paulo é o principal destino destes estrangeiros. Entre 2000 e 2010, o Censo registrou um aumento de 173% no número de bolivianos na capital paulista, de 6.578 para 17.960. O Consulado da Bolívia calcula que esse número seja, atualmente, cinco vezes maior, ultrapassando 100 mil, se considerados os imigrantes em situação irregular⁷. A instituição ainda avalia que 75% da comunidade boliviana no Brasil está concentrada no estado de São Paulo.

Segundo Silva (2012), a imigração boliviana para o Brasil pode ser identificada a partir da década de 1950, quando vários estudantes vieram estudar estimulados por convênios de intercâmbio e acordos bilaterais entre os dois países. Além de pessoas nestas condições, também foi identificado por Freitas (2012) o fluxo de profissionais liberais que saíam da Bolívia por motivos políticos, e de mulheres para trabalhar em casas de família.

O perfil característico dos imigrantes atuais começa a ser construído nos anos 80, com a chegada dos grupos com menor qualificação para o

⁴ Disponível em <http://oestrangeiro.org/2013/05/22/exclusivo-os-numeros-exatos-e-atualizados-de-estrangeiros-no-brasil-2/>. Acesso: agosto de 2014.

⁵ Disponível em <http://noticias.r7.com/sao-paulo/noticias/bolivianos-sao-comunidade-estrangeira-que-mais-cresce-em-sao-paulo-20110819.html>. Acesso: agosto de 2014.

⁶ Disponível em <http://oestrangeiro.org/2013/08/28/panorama-atual-da-imigracao-boliviana/>. Acesso: agosto de 2014

⁷ Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/revista/saopaulo/2013/06/16/1294913-a-bolivia-e-aqui.shtml>. Acesso em: agosto de 2014.

mercado de trabalho. “São jovens de ambos os sexos, solteiros e de escolaridade média, e vieram atraídos principalmente pelas promessas de bons salários feitas por empregadores coreanos, bolivianos e brasileiros da indústria da confecção” (SILVA, 2012, p. 20-21).

Durante a década de 90, a leva de imigrantes bolivianos era basicamente formada por ex-trabalhadores de minas e fábricas que sofreram com o êxodo rural e o desemprego urbano causados pela recessão econômica e pelos desastres naturais provocados pelo *El Niño* (FREITAS, 2012). Em São Paulo, eles passaram a se concentrar em alguns bairros centrais da cidade, como o Pari, o Brás e o Bom Retiro, onde se aglomera a produção e a comercialização da indústria das confecções.

Segundo dados do Censo 2000, destacados por Silva (2007), 22,48% dos imigrantes bolivianos têm entre 5 e 8 anos de formação, o que corresponde ao Ensino Médio no Brasil. A maior parte, 42,14%, tem entre 9 e 11 anos de escola (ensino médio no Brasil). Aqueles com 12 a 15 anos de escolaridade, que equivale à frequência em curso superior, são 9,72% dos bolivianos imigrantes.

Com o processo de terceirização do trabalho nas confecções, os imigrantes tornaram-se trabalhadores temporários sem regulamentação, já que uma grande parte deles está irregular no país. “Eles são atraídos por promessas de moradia, alimentação e salário e, muitos com a ajuda de recrutadores, chegam ao país pelas fronteiras de Corumbá, Cáceres e Guarajá-Mirim”, afirma Daniel Salgado (2013).

No esquema dos recrutadores, os recém-chegados na capital paulista são cobrados pelo uso das máquinas de costura, despesas de luz, água e aluguel. A consequência do salário reduzido e as dívidas é o excesso de horas de trabalho, que os coloca em condições análogas à escravidão. Muitos não denunciam a exploração devido à situação irregular de seus documentos. Estes casos são recorrentemente denunciados pela imprensa brasileira.

Os imigrantes do século XXI são oriundos de diversas partes da Bolívia, com predominância dos pacenhos (distrito de La Paz) e cochabambinos. Uma grande parte é de origem rural e não fez um pro-

cesso migratório dentro do próprio país. Segundo Silva (2012), eles deixam suas localidades e seguem diretamente para a metrópole paulistana, uma mudança radical que traz problemas de adaptação.

Uma característica de parte deste grupo é que eles deixam seus familiares na Bolívia, que em alguns casos chegam a emigrar depois. É comum encontrar pessoas analfabetas e com a faixa etária acima dos 45 anos nos mais novos fluxos migratórios. Isto revela a dinâmica das redes familiares nas oficinas de costura, cujos filhos residentes acabam trazendo seus pais para serem incorporados (SILVA, 2012). Também é possível encontrar aqueles que permanecem por pouco tempo no Brasil, tendo sempre em vista um retorno ao país de origem.

O histórico de exploração e “ilegalidade” não é a única realidade que permeia a vida dos bolivianos em São Paulo. Há algumas mudanças recentes no perfil destes estrangeiros, exemplificadas pela criação da primeira cooperativa de imigrantes bolivianos no país, em maio de 2012, a Cooperativa de Empreendedores Bolivianos e Imigrantes em Vestuários e Confecções. O movimento é um passo organizado da comunidade contra milhares de oficinas de costura que abrigam funcionários em condições insalubres e ilegais de trabalho.

Além disso, na última década, os bolivianos passaram a ocupar funções além da tecelagem, como os serviços gerais e a construção civil. Alguns deixam de ser apenas força de trabalho recrutada e se tornam microempreendedores. Dentre os pequenos negócios realizados pelos imigrantes, Freitas (2012) destacou os seguintes: estabelecimentos comerciais, investimento em serviços de telefonia e transporte próprios para conectar os bolivianos e outros imigrantes hispano-americanos aos seus lugares de origem; formação de rádios piratas que transmitem programas em espanhol e em aimará⁸ com informações sobre serviços (de saúde, educação, lazer) e questões relativas aos trabalhos nas oficinas.

⁸ Um dos idiomas oficiais da Bolívia e do Peru. De origem indígena, o aimará é falado por cerca de 2,5 milhões de pessoas no mundo, concentradas nos Andes sul-americanos.

Peruanos – Assim como os bolivianos, os peruanos começaram a chegar ao Brasil em maiores fluxos a partir da década de 1950, principalmente por conta de intercâmbios acadêmicos. Atualmente, os números relativos à imigração peruana são muito inferiores àqueles relacionados ao outro país andino. São 15.459 com visto permanente no Brasil, segundo dados da Polícia Federal de 2012⁹.

O projeto de Flávia Fávori e Rosana Baeniger, da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), cruzou dados do Censo Demográfico 2000 (Brasil) e do Instituto Nacional de Estatística e Informática – INEI (Peru) e percebeu um aumento de 10 mil para 30 mil no número de peruanos residentes no Brasil.

Com números mais atualizados, a pesquisa “*Perú: Estadísticas de la Emigración Internacional de Peruanos e Inmigración de Extranjeros 1990 – 2012*”, também da instituição peruana INEI, assinala que o Brasil é o país que concentra o maior número dos “novos imigrantes peruanos”, recebendo 20% do total dos emigrantes saídos do Peru nos últimos anos. O documento revela ainda que mais de 70% dos que decidiram se radicar no Brasil chegaram entre 2006 e 2011. Este levantamento sugere um crescimento exponencial dos imigrantes peruanos durante este período determinado, mas não há dados que permitam caracterizá-lo como um movimento ainda contemporâneo ou apenas sazonal.

Entre 1970 e 2000, o fluxo desses imigrantes era bem inferior, apesar de crescente. Baeniger (2008) analisou dados do IMILA/CELADE que indicam o aumento no número de peruanos de 2.410, em 1970, para 5.833, até 1991.

A imigração peruana no Brasil não se caracteriza por uma centralização em determinada região ou cidade brasileira. Ainda assim, as duas maiores metrópoles do país, Rio de Janeiro e São Paulo, são os principais destinos dos peruanos. “De acordo com o Consulado Geral do Peru no Rio de Janeiro, há cerca de 5.000 peruanos registrados nos Estados do Rio de

⁹ Disponível em <http://oestrangeirodotorg.files.wordpress.com/2013/05/nc3bamero-de-imigrantes-no-brasil-atc3a9-2012-por-pac3ads.pdf>. Acesso em: agosto de 2014.

Janeiro e Espírito Santo” (DANIEL, 2013, p. 54). Na cidade de São Paulo existem, atualmente, quase 8.000 peruanos morando regularmente¹⁰.

Silva (2007) analisou a origem destes imigrantes das décadas de 90 e início dos anos 2000. Segundo o autor, ela é bem diversa, incluindo a capital Lima e os departamentos de Arequipa, Cusco, Callao, La Libertad, Cajamarca, Lambayeque, Ayacucho, Junin, entre outros. Ele também destacou dados do Censo 2000 sobre escolaridade dos imigrantes: 16,03% dos peruanos têm de 5 a 8 anos de formação; 38,81% têm de 9 a 11 anos de estudo; e com 12 a 15 anos de escolaridade são 24,10% dos imigrantes peruanos.

A metrópole paulistana também tem atraído os peruanos que se dedicam aos setores da educação e dos serviços, entre eles os relacionados às demandas domésticas, como postos de babás, diaristas, cozinheiras, entre outras. Frequentemente relacionado aos bolivianos, o ramo da costura também era uma opção aos peruanos que chegavam à cidade. A cidade também é o principal destino escolhido por peruanos ligados à produção artística. “A imigração peruana em São Paulo é bastante diversificada, em termos de classe social, objetivos que motivaram a saída do Peru e a região de origem” (DANIEL, 2013, p. 54).

Chilenos – A presença de chilenos no exterior tornou-se um elemento estrutural do país a partir da década de 1970. São inúmeras razões que levaram à saída massiva de chilenos do país, entre elas a conturbada conjuntura política, econômica e social em que viviam, principalmente após a instauração da ditadura militar em 1973. Exilados, foragidos, voluntários e demais indivíduos insatisfeitos com o contexto vigente no período, no caso cerca de 500 mil chilenos, se deslocaram, durante as três últimas décadas do século XX, a diversos países.

Atualmente, o Chile possui cerca de 18 milhões de habitantes e estima-se que um milhão de chilenos residam no exterior. Os 10 países com maior número de chilenos no mundo são Argentina, Estados Unidos, Suécia, Canadá, Austrália, Brasil, Venezuela, Espanha, França e Alemanha.

¹⁰ Disponível em <http://noticias.uol.com.br/infograficos/2014/01/21/imigrantes-sp.htm>. Acesso em: agosto de 2014.

Ainda que o Brasil também estivesse sob um regime militar (1964 – 1985), o país foi polo de atração de fluxos de emigrantes provenientes da América Latina, principalmente de chilenos, argentinos e uruguaios, quando ditaduras foram instauradas em vários países da região, provocando a saída de pessoas por motivos políticos e/ou econômicos.

A quantidade de chilenos no Brasil de 1960 a 1970 muito baixa, não passando de 2 mil pessoas. O número deu um salto no censo de 1980, que registrou cerca de 18 mil chilenos vivendo no país. Em 1991, a taxa subiu para um pouco mais de 20 mil imigrantes, o que indica que a maior quantidade de migrações ocorreu durante a década de 70. No censo de 2000, houve queda de 20.437 para 17.131 chilenos residindo no país, indicando um possível retorno de alguns a seu país de origem. Existem estimativas não oficiais que registram um número maior de chilenos vivendo no Brasil, já que tais números buscam abarcar aqueles imigrantes que se encontram em situação irregular no país segundo a sua política migratória, também sendo chamados de “indocumentados” ou “ilegais”.

As “redes de imigrantes”, que são constituídas entre aqueles que chegam ao país de destino e aqueles que estão no país de origem, também foram fator fundamental no movimento migratório chileno e, até hoje, em menor número, atuam na emigração de chilenos para o Brasil. No caso desse grupo nacional específico, o ato migratório foi organizado, predominantemente, pelo homem, a quem coube a tarefa de, se casado, deslocar-se primeiramente sem sua família e, posteriormente, quando já instalado residencial e profissionalmente, reunir a família no novo país.

Podem-se estabelecer três fluxos na corrente emigratória chilena do período entre os anos 1970 e hoje: 1) Aqueles que emigraram antes de 1970 ou 1973, em busca de melhores condições de vida, um fluxo pequeno; 2) Aqueles que emigraram após o início do regime militar, por razões políticas, econômicas e/ou sociais, com a importância das redes de imigrantes, o maior fluxo do período; e 3) Aqueles que emigraram após o fim da ditadura militar, depois da década de 1990, devido predomina-

temente às redes de imigrantes, um fluxo pequeno e que acontece até a atualidade, em menor escala.

A imigração chilena diferencia-se de outras do mesmo período devido ao fator político que engendrou esse movimento e à condição social da maioria desses imigrantes, que eram pessoas não muito pobres e com uma boa formação educacional, sendo muitos qualificados profissionalmente e com diploma universitário.

A escolha pelo Brasil como país de destino deu-se principalmente pelos seguintes motivos: pelas oportunidades de trabalho oferecidas pelo país, pela oferta de adentrarem ao território brasileiro já com a documentação regularizada – o que não alcançou a todos – e pelas redes de imigrantes.

Os chilenos emigraram com uma intenção de retorno iminente, quando acabasse o governo militar. Não foi o que aconteceu com a maioria, pois se adaptaram ao novo país, assumiram novos compromissos e deram início a uma nova vida, o que é comum entre quase todos os movimentos migratórios. Atualmente, o retorno ainda é o desejo de algumas pessoas.

11.2. Mapeamento

Sayari-Danças Peruanas

(<http://sayari-danzasperuanas.blospot.com.br/>)

Sayari-Danças Peruanas

O grupo Sayari - Danças Peruanas se formou no ano de 2009, nasceu com o propósito de expressar e difundir a arte e o folclore peruanos. O grupo está formado por jovens brasileiros e peruanos residentes na cidade de Rio de Janeiro – Brasil. Orgulhosos das suas raízes, Sayari deseja manter viva parte dos costumes peruanos tentando levar um pouquinho da cultura do Peru através das danças e da música.

terça-feira, 23 de outubro de 2012

HISPANIDAD 2012



Dia sábado, ensaio geral.

Apple Google Microsoft

Cerro com a marca Apple pode estar a
Info Online
Agora que o relógio inteligente Apple Watch está quase pronto para chegar às lojas, a Apple parece estar dirigindo seus esforços criativos à linha automotiva. "Estamos trabalhando em algo que vai dar um baile na Tesla", disse um funcionário da Apple ...

Apple supera US\$ 700 bi pela 1ª vez na
InfoMoney
SÃO PAULO - Com uma leve alta de 1,0%, as ações da Apple atingiram hoje seu maior valor na história aos US\$ 122,02 nesta terça-feira (10), se tornando a primeira empresa dos Estados Unidos a ter valor de mercado maior que US\$ 700 bilhões. Com o ...

Apple se torna a primeira empresa a valer mais
Oihar Digital
Que não há ninguém à frente da Apple quando o assunto são as empresas mais valiosas do

Figura 140 – Sayari-Danças

O blog *Sayari-Danças Peruanas* funciona como extensão do grupo de danças homônimo, que foi formado no ano de 2009, nascendo do propósito de expressar e difundir a arte e o folclore peruanos a partir do eixo da dança. O grupo está composto por jovens brasileiros e peruanos residentes na cidade de Rio de Janeiro, e se apresenta em diversas regiões, utilizando-se deste site para basicamente divulgar seus trabalhos e interagir com o público através da internet. Com exceção de uma “nota de reflexão” – trazendo um belo texto em prosa intitulado *El valor de la amistad*, totalmente escrito em espanhol, o restante do conteúdo está em português, contando apenas com palavras hispânicas como nomes, tratamentos ou mesmo termos soltos (caracterizando, em alguns casos, quase uma espécie de “portunhol”). A maioria das publicações conta com imagens, sendo, que muitas delas (aquelas que divulgam eventos já realizados pelo coletivo) as fotografias como elemento central.

Estrangeiros no Brasil

(www.facebook.com/estrangeirosnobrasil)



Figura 141 – Estrangeiros no Brasil

A página do *Facebook Estrangeiros no Brasil*, criada em 9 de maio de 2012, surgiu a partir do desejo do autor (um imigrante peruano no

Brasil) de compartilhar informações que fossem úteis aos demais usuários em sua condição. Com 291 curtidas (em dezembro de 2014) e uma proposta bastante humilde de construção colaborativa, ela veicula tanto notícias quanto mensagens de pessoas que precisam ou oferecem trabalho. Encontra-se um caso específico de campanha de auxílio a uma família residente no país que perdera tudo num incêndio. O principal tipo de postagem encontrada na página, contudo, são mensagens de auto-ajuda e encorajamento. Porém, nota-se que o objetivo principal da página é trazer à comunidade peruana residente no Brasil as principais oportunidades voltadas especificamente para esses grupos, assim como guias práticos para questões de cidadania jurídica, imposto de renda etc.

Peruanos en Brasil

(www.peruanosenbrasil.com)

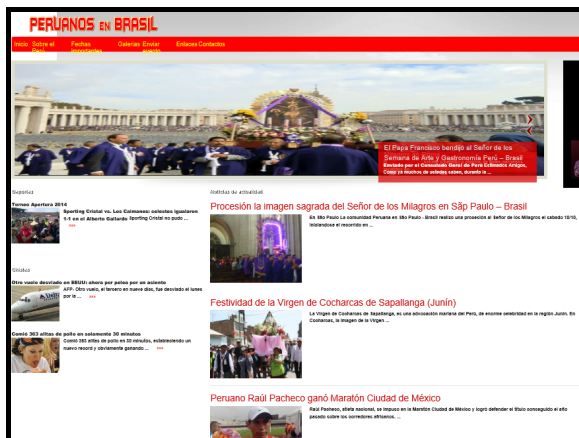


Figura 142 – Peruanos en Brasil

O portal *Peruanos en Brasil* não possui datação exata nem das postagens nem de sua própria história, porém apresenta uma interface bem autêntica e remetente à cultura peruana, com certo ar de tradição. Disponibilizando *links* para Web Rádio CAMI, eventos gratuitos de cursos de português e cidadania brasileira para estrangeiros e até algumas leis e regulamentos (como tratados do Mercosul) nacionais e transnacionais, o

foco principal das narrativas próprias que produz é de fato a cultura cristã regional do Peru. O site representa uma espécie de recanto para os imigrantes ligados às questões de religiosidade e institucionalidade cristã; mais que meramente ao lado espiritual do catolicismo, à prática sociocultural da fé. Todo o site está em espanhol, porém disponibiliza uma aba “Mais notícias”, voltada especificamente para notícias do Peru, do Brasil, em São Paulo, Atividades, Curiosidades etc.

Peruanos en Brasil

(<https://www.facebook.com/groups/peruanos.brasilmundo/?fref=ts>)



Figura 143 – Peruanos en Brasil

O grupo de mais destaque dentre os peruanos no *Facebook* é o *Peruanos en Brasil*. Ele é fechado, possui 4.262 membros (em outubro de 2014) e uma frequência de cerca de oito *posts* por dia. Na descrição está especificado que “grande parte dos integrantes do grupo são estudantes de pós-graduação, graduação e intercâmbio, assim como trabalhadores residentes de diversas áreas profissionais e outros grupos de turistas”. As principais questões tratadas na página são sobre documentação, locação de moradias e divulgação de eventos voltados à comunidade peruana/latina/imigrante.

Inmigrantes Peruanos

(www.inmigrantesperuanos.com)

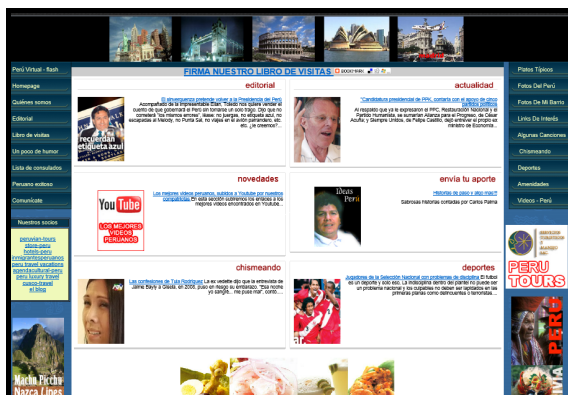


Figura 144 - Inmigrantes Peruanos

O site *Inmigrantes Peruanos* apresenta um corpo bastante diversificado de temáticas pertinentes à condição migrante de seu público alvo. Criado por Carlos Palma Lovón, é uma realização do “Ideasperu Producciones Multimedia”. Apesar de não possuir nenhuma datação exata observada em suas publicações, ele é recheado de conteúdos lúdicos, culturais e práticos de amparo aos peruanos residentes em outros países, como o Brasil. Na sua distribuição por abas, encontram-se referências a charges, noticiários de celebridades, de esportes, de economia e política, arquivos com relações de músicas típicas regionais, gastronomia, fotos dos locais de origem (na aba “Fotos del Peru” e na “Fotos de mi barrio”, sobretudo), e um convidativo livro de visitas para contagem interna dos acessos. O projeto é bastante interessante, apesar das lacunas básicas de interatividade e administração da própria produção – como a ausência de datação e a interface razoavelmente obsoleta.

Peruanos viviendo en Brasil

(<https://www.facebook.com/groups/251847274971891/?fref=ts>)



Figura 145 – Peruanos viviendo em Brasil

O grupo fechado do *Facebook Peruanos viviendo en Brasil* tem 2.397 pessoas e quase dez publicações por dia. Voltado para imigrantes peruanos no Brasil, ele foi criado para gerar comunicação e troca de informações interessantes sobre o país de origem dos membros e o país que os acolhe, segundo a descrição do próprio administrador. Escritas majoritariamente em português, as postagens tratam de diversos assuntos, como gastronomia e cultura peruana, exaltação do Peru e de suas regiões, arte e educação, tanto do país de origem quanto do Brasil. Abordam temas leves relacionados com humor e curiosidades através de textos e imagens, e divulgam notícias importantes sobre a situação dos imigrantes no país. O grupo contém mensagens religiosas e de solidariedade, além da comemoração de datas importantes. Há também casos recorrentes de *posts* sobre o aprendizado do português.

Peruanos em Rio de Janeiro

(<https://www.facebook.com/groups/peruanosenrio/?fref=ts>)



Figura 146 – Peruanos em Rio de Janeiro

O grupo fechado do *Facebook Peruanos em Rio de Janeiro*, único de peruanos no Rio de Janeiro analisado na pesquisa, tem 1.384 membros e aproximadamente um post por dia. Dentre os assuntos das publicações, estão: comunicados de venda de objetos usados, anúncios de aluguel de vagas e quartos e propagandas de determinados locais no Rio de Janeiro, como restaurantes. É bastante comum encontrar Postagens, em espanhol, sobre divulgações de festas e eventos relacionados à cultura peruana, assim como o compartilhamento de notícias do país de origem e da situação dos imigrantes no Brasil. Pedidos de auxílio em temas conhecidos e de interesse entre os membros, como questões de regularização de documentos, também estão presentes no grupo.

Peruanos em São Paulo – Brazil

(<https://www.facebook.com/groups/62877207146429/?fref=ts>)



Figura 147 – Peruanos em São Paulo

O grupo público do *Facebook* *PERUANOS EN SÃO PAULO – BRAZIL*, voltado para a comunidade peruana em São Paulo, possui 449 integrantes. Ele apresenta um espaço para troca de informações e auxílio entre os imigrantes. As postagens de destaque são notícias sobre o Peru compartilhadas na página, *posts* sobre culinária tradicional do país e dicas interessantes para os imigrantes, como as de viagem. São comuns, também, publicações relativas à comercialização de produtos eletrônicos, imóveis à busca por serviços específicos em São Paulo, como por exemplo restaurantes veganos. Há, além disso, solicitações e trocas de contato entre os membros.

Peruanos em São Paulo

(<https://www.facebook.com/groups/135970299764485/?fref=ts>)



Figura 148 - Peruanos em SP

O grupo público do *Facebook Peruanos em São Paulo* possui como foco a comunidade peruana em São Paulo e conta com 845 integrantes. O objetivo do grupo, segundo a própria descrição da página, é reunir os peruanos que vivem em São Paulo, para que possam se encontrar, conhecer, compartilhar dicas e informações e conceder ajuda de modo geral. Em suas postagens, de maioria escrita em espanhol, há vários assuntos, desde *posts* de gastronomia, passando por notícias de vagas de emprego a divulgação de imóveis à venda. Dentre outros conteúdos, nele foram compartilhadas informações e dicas úteis sobre o país de origem e o local de residência atual, além de fotos de encontros entre alguns membros.

Culinária Peruana no Brasil

(<http://chaskay-peru.blogspot.com.br/>)



Figura 149 – Culinária Peruana no Brasil

O blog *Culinária Peruana no Brasil*, disposto na plataforma *Blogspot*, é de autoria de uma bióloga peruana residente no Rio de Janeiro, segundo a descrição disponível na página. A apresentação está em português, enquanto o espanhol domina as postagens. O blog começou em 2007 e seu último texto foi publicado em março de 2011, totalizando 27 postagens. Os artigos exaltam a culinária peruana, o valor nutricional dos alimentos produzidos no país e descreve a história e a receita dos pratos típicos.

Peruanos en el Brasil

(<https://www.facebook.com/PeruanosNoBrasil?fref=ts>)



Figura 150 – Peruanos en el Brasil

Peruanos en el Brasil é a única *fan page* de destaque encontrada na pesquisa, com 759 curtidas. Segundo sua própria descrição, a página é uma comunidade criada para integração dos imigrantes peruanos através de compartilhamento de notícias sobre Peru e Brasil. Possui o objetivo de ser um espaço de encontro e comunicação entre peruanos que residem no Brasil. Os temas expostos são diversos, como direitos dos imigrantes, auxílio em pedidos de vistos e outros documentos, música, semelhanças e diferenças entre os idiomas português e espanhol, e economia e política de ambos os países. Muitas das notícias divulgadas se enquadram na categoria curiosidades. Fotos de encontros e reuniões entre alguns dos membros também são comuns na página.

Agenda Colômbia Brasil

(<http://agendacolombiabrasil.org>)



Figura 151 – Agenda Colômbia Brasil

A *Agenda Colômbia Brasil* descreve-se como “um espaço social e político que busca dar visibilidade à realidade colombiana e gerar solidariedade do povo brasileiro aos movimentos da sociedade civil e organizações políticas democráticas colombianas”. Para este fim, trabalha suas produções e matérias a partir dos seguintes eixos: Divulgação e informação, Memória histórica, Direitos Humanos, Paz duradoura, Ajuda a exilados, perseguidos e refugiados, Intercâmbio de experiências e convênios. Contando com uma eficaz e constante atualização dos conteúdos, seu objetivo é criar solidariedade nas organizações sociais e políticas do povo brasileiro ao povo colombiano para apoiar as lutas das colombianas e dos colombianos.

Diálogo Americas

(<http://diálogo-americas.com/>)



Figura 152 – Diálogo Americas

O *Diálogo Americas* é um espaço virtual que abrange uma ampla gama de áreas de interesse, mas atua no clássico eixo de prioridade, focando, por exemplo, em abordar as questões militares, cartéis latinos e diálogos transnacionais entre governos. No período analisado, as notícias sobre a Colômbia em si não protagonizavam o corpo editorial. Perdiam para declarações da ONU e para as notícias especificamente voltadas às relações do tráfico (atuante no país, mas também relacionado aos cartéis de outros países, como por exemplo Honduras). No entanto, o portal se apresenta sem pudor como um informativo genérico, que abrange também a questão migratória entre países sul-americanos. É um noticiário direto e objetivo, sob perspectiva e lógica informacional militarista.

Colombianos en Brasil

(<https://www.facebook.com/ColombianosEnBrasil>)



Figura 153 – Colombianos en Brasil

A página do *Facebook Colombianos en Brasil* tem 746 curtidas e um caráter bastante simplório de diálogo com o íntimo aspecto da realidade de imigrante: a motivação necessária diante das adversidades do estrangeirismo. A maior parte das postagens analisadas possuía cunho de reflexão motivacional. Criada em 25 de maio de 2012, a página é escrita totalmente em espanhol. Na data de sua criação, o autor publicou um pequeno texto com o objetivo geral do espaço: “trocar informações, conversas e ajuda entre imigrantes colombianos residentes no Brasil e demais vinculados a estes grupos”. Também se apresentam na comunidade virtual propagandas de livros e de eventos, dicas turísticas e classificados para artistas colombianos.

Colombianos en Rio de Janeiro

(<https://www.facebook.com/groups/colombianosnorio/>)



Figura 154 – Colombianos en Rio de Janeiro

O grupo *Colombianos en Rio de Janeiro* presente na rede social *Facebook* contava com 5.826 membros até dezembro de 2014. As postagens seguem um ritmo acelerado, e partem dos mais diversos tipos de assuntos e usuários. A partir de um conjunto simples de 3 regras gerais, colocado na descrição do grupo, essas interações se articulam de maneira harmônica e produtiva, funcionando como uma verdadeira rede de relações pertinentes à comunidade migrante colombiana. Por se tratar de um recorte territorial bem definido, é possível, na comunidade, dialogar com assuntos específicos da cidade do Rio e de seus arredores, tornando a proximidade geográfica um fator incentivador dessas relações.

Colombianos en Brasil

(<https://www.facebook.com/groups/18339657608/>)



Figura 155 – Colombianos en Brasil

O grupo do *Facebook Colombianos en Brasil* se descreve como uma comunidade para todos os colombianos que se encontram neste “maravilhoso país” e, para os simpatizantes destes. Em outras palavras, seus 1.247 membros estão entre imigrantes e aqueles interessados em migrar para o país – por vezes, trata-se aqui de assuntos pertinentes a um projeto de imigração para o Brasil. O grupo também se representa enquanto espaço de diálogo e de planejamento de festas, eventos e encontros. As postagens têm um caráter acelerado e não ritmado, afinal, trata-se de uma produção de conteúdo totalmente comunitária – o “cargo” de administrador do grupo ou criador não infere uma responsabilidade geral de postagem; todos postam e interagem livremente.

Bolivianos no Brasil

(<http://bolivianosnobrasil.blogspot.com.br/>)



Figura 156 – Bolivianos no Brasil

O *blog Bolivianos no Brasil*, hospedado na plataforma *Blogspot*, tem a bandeira da Bolívia como plano de fundo. A primeira postagem foi realizada em março de 2012 e a última em maio do mesmo ano, totalizando oito. As publicações são sobre a história da Bolívia, notícias atuais sobre o país e a imigração boliviana para São Paulo. A língua utilizada é o português. Não há descrição ou apresentação própria sobre a página.

El Merengue de la Tarde

(<http://www.elmerenguedelatarde.com/>)



Figura 157 - El Merengue de la Tarde

O portal da *web radio* de São Paulo *El Merengue de la Tarde* conta com a transmissão da programação em espanhol, iniciada assim que o ouvinte entra no domínio. São 24 horas com músicas hispânicas, notícias, humor e sorteios. Além disso, também há transmissão de partidas de futebol, como por exemplo Bolívia X Venezuela pelas eliminatórias da Copa de 2014. O site também dispõe de espaços de interação com o *Facebook*; anúncios de empresas; divulgação de eventos e serviços; um curso de informática gratuito disponibilizado pelo Centro de Apoio e Pastoral do Migrante (CAMI); *links* para outras rádios bolivianas; notícias sobre a Bolívia direcionadas para sites oficiais do governo; áudios de entrevistas com personalidades como o cônsul boliviano em São Paulo, artistas de música andina do grupo *Kjarkas* e o secretário nacional de justiça do Brasil; além de vídeos; entre outros. O portal disponibiliza dados percentuais sobre a origem dos visitantes, indicando que 87% são do Brasil, 4,5% dos Estados Unidos e 2,7% da Bolívia. *El Merengue de la Tarde* ainda possui uma *fan page* no *Facebook*, um perfil no *Twitter* e um *blog* na plataforma *Blogspot*.

Cooperativa dos Empreendedores Bolivianos e Imigrantes em Vestuário e Confecção (Coebiveco)

(<http://waqhanque.wix.com/coebiveco>)



Figura 158 – Coebiveco

A página da *Cooperativa dos Empreendedores Bolivianos e Imigrantes em Vestuário e Confecção (Coebiveco)*, disponível na plataforma Wix, está escrita em português. O site fala sobre a história da tradição da região do Brás (São Paulo) no setor de confecção, do papel dos imigrantes nesta atividade econômica, dos problemas que os microempreendedores bolivianos enfrentam (como segurança e os altos preços dos aluguéis), além dos objetivos e da história da cooperativa. O portal ainda comporta vídeos oficiais de incentivo ao turismo para a Bolívia (*Campanha Bolívia Te Espera*); ícones de parceiros, como o Centro de Direitos Humanos e Cidadania do Imigrante (CDHIC) e o Ministério do Trabalho; e cartões virtuais das oficinas sócias da cooperativa. A Coebiveco também possui um perfil no *Facebook*.

Centro de Apoio Comunitário *Inti Wasi*

(<http://intiwas6.wix.com/intiwas>)

No mundo globalizado e Multicultural, um canal de Comunicação para os imigrantes da América Latina.

Quem somos
CENTRO DE APOIO COMUNITARIO INTI WASI
ONG que trabaja con inmigrantes, principalmente latinos hispanohablantes, en la ciudad de São Paulo, con fines a una mejor inserción.
It is an NGO that works with immigrants, primarily latin american ones, in São Paulo, aiming at a better integration in the community. **Mais**

Projetos
Nossos projetos visam melhorar a qualificação dos imigrantes, ampliar seus conhecimentos e criar as condições para uma melhor inserção no mercado de trabalho e na sociedade paulistana. Valorização da cultura dos povos da região latinoamericana.
A aproximação das pessoas do público alvo e seu acompanhamento fazem o diferencial de nosso trabalho. **Mais**

Participe
VOLUNTARIOS
Contamos com voluntários.
Junte-se a nossa causa. É vital exercitar a solidariedade no momento atual.
A sua colaboração é muito importante!
Contamos com tu colaboración en esta causa social.
¡Únase a nuestro proyecto! **Mais**

Colaborações
Para a conquista dos objetivos é necessário esforço, trabalho coletivo, recursos materiais e financeiros. Convidamos todos a participar como sócios, voluntários ou fazendo uma doação.
Agende sua entrevista pelo telefone: (11) 3262-1698 / 98594-3460 Ten intiwas@yahoo.com.br
Doações em dinheiro: Caixa Econômica Federal Entre em contato **Mais**

Figura 159 – Inti Wasi

O *Centro de Apoio Comunitário Inti Wasi*, com página hospedada na plataforma *Wix*, se descreve como uma Organização Não-Governamental da cidade de São Paulo voltada para imigrantes latinos falantes da língua espanhola. Alternando o espanhol e o português entre suas seções, a página funciona como um canal de comunicação da organização, além de veicular informações relativas às políticas de de imigração e de direitos humanos. A instituição também conta com uma *fan page* no *Facebook* e um espaço no *Forum*. Em ambos os meios, o espanhol é o idioma dominante. O principal objetivo desta mídia é chamar o público para colaborar e conhecer os projetos relacionados à organização. Apesar da ONG ser direcionada a todos os imigrantes hispano-americanos no Brasil, algumas de suas características sugerem uma identificação mais profunda com a comunidade peruana. O nome *Inti Wasi* significa “casa do sol” em quéchua; quase todas as notícias na página inicial são sobre o Peru; e, segundo o site, a equipe da instituição é formada por duas peruanas e um brasileiro.

Bolivianos em São Paulo-Brasil

(<https://www.facebook.com/groups/%20bolivianosensaopaulobrasil>)



Figura 160 – Bolivianos em São Paulo-Brasil

Bolivianos em São Paulo-Brasil é o grupo do *Facebook* com maior número de membros dentre os pesquisados, totalizando 6.097 pessoas (em agosto de 2014). A página tem uma frequência média aproximada de 40 *posts* por dia. Os temas variam de anúncios de trabalho; informações sobre a política e a sociedade boliviana; exaltação da Bolívia e de suas cidades; piadas; cumprimentos; eventos da comunidade boliviana ou imigrante; etc.

Bolivianos en Brasil

(<https://www.facebook.com/groups/bolivianosenbrasil>)

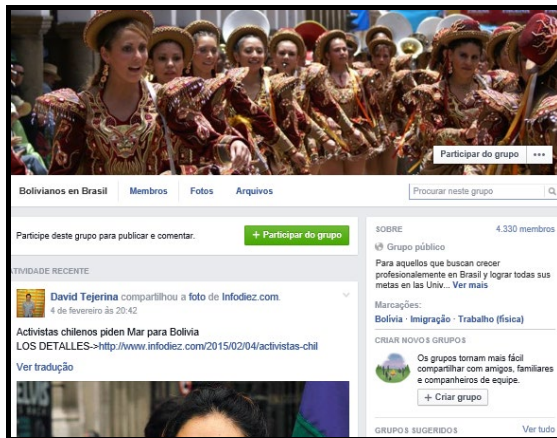


Figura 161 – Bolivianos en Brasil

Bolivianos en Brasil é o segundo grupo do *Facebook* com mais membros nesta seção do trabalho sobre a *Webdiáspora*, 2.737 (em agosto de 2014). As publicações são bem menos frequentes, cerca de 12 por mês. Também aqui se repetem anúncios de postos de trabalho, a exaltação da pátria boliviana e de suas regiões, a divulgação de eventos e notícias de interesse dos imigrantes bolivianos. Destacam-se, além disso, os *posts* de discussão sobre política relativos às eleições na Bolívia; postagens de pessoas com dúvidas relativas ao projeto de imigração para o Brasil; questões de documentação e de cidadania jurídica; prestação de solidariedade com situações de sofrimento relatadas por outros bolivianos ou imigrantes.

Bolivianos em Brasil-Sao Paulo

(<https://www.facebook.com/groups/521915077880170/?fref=ts>)



Figura 162 – Bolivianos em Brasil-SP

O grupo público do *Facebook* *BOLIVIANOS en BRASIL-sao paulo* conta com 310 integrantes e é um espaço de interação voltado para os imigrantes que saíram da Bolívia para viver em São Paulo. Seus principais *posts* são críticas ao atual governo boliviano e notícias sobre Bolívia e Brasil. Além disso, o grupo apresenta publicações acerca de temas políticos gerais, como eleições, e de temas variados, como

postagens com humor, imagens e vídeos comuns em compartilhamentos na internet, curiosidades e publicações sobre o amor ao país de origem. As publicações e os comentários são feitos em espanhol, com raras exceções. E a maior interação observável entre os membros ocorre via comentários de publicações, nos quais os usuários expressam suas opiniões sobre temas do cotidiano e debatem entre si, principalmente sobre questões políticas. É interessante ressaltar que inicialmente as postagens eram realizadas quase exclusivamente pelo criador da página e, depois, a participação de outros integrantes aumentou consideravelmente.

Bolivianos(as) na República Federativa do Brasil

(<https://www.facebook.com/groups/632899750078472/?fref=ts>)



Figura 163 – Bolivianos na Rep. Fed. Do Brasil

O grupo público do *Facebook* *BOLIVIANOS(AS) NA REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL* possui 246 membros e foi criado para interação e compartilhamento de informações e experiências entre bolivianos que residem no Brasil. Nele há postagens majoritariamente em espanhol e sobre diversos assuntos, como notícias de portais sobre bolivianos no Brasil, divulgação de serviços importantes para os membros, informações úteis sobre documentos, questionamentos acerca da condição de imigrantes análoga à de escravidão e publicações sobre política e esporte de ambos os países. De uma forma geral, o grupo destina a maior parte das suas publicações para demonstrar sua opinião sobre o atual presidente boliviano Evo Morales. É interessante notar que o papel do criador da página na produção das postagens tem muito destaque, já que grande parte do conteúdo veiculado na página é de sua responsabilidade.

Bolívia Cultural

(<http://www.boliviacultural.com.br/>)



Figura 164 – Bolívia Cultural

O *Bolívia Cultural* é um dos sites mais completos, atualizados e abrangentes dentre os verificados. Trata-se de um projeto de comunicação criado em abril de 2009 em São Paulo, pelo imigrante boliviano Antonio Andrade Vargas, natural de Sucre. Segundo a descrição da *fan page* no *Facebook*, trata-se de uma “agência de notícias e promotora da diversidade cultural boliviana no Brasil”. A equipe atual é formada por seis pessoas, entre brasileiros e bolivianos. O site se apresenta em português, apesar de veicular alguns textos em espanhol esporadicamente. As notícias que alimentam a página são divulgadas em redes sociais próprias e domínios de organizações associadas. Na página inicial destacam-se as chamadas das matérias no formato de *banners* que se alternam automaticamente. Também na *homepage* estão dispostas uma lista de notícias e um espaço para interação com o *Facebook*. Na seção “Bolívia naturalmente multicultural”, o público tem acesso ao mapa da Bolívia dividido em departamentos. Cada um deles direciona a uma página em manutenção. Já em “Imagens Bolivianas”, estão disponíveis fotografias da Bolívia em alta resolução, sugeridas como papel de parede do compu-

tador. O portal possui ainda o site *Planeta América Latina*, voltado para todos os países do continente.

Cámara Chileno Brasileña de Comercio

(www.camarachilenobrasilena.cl)

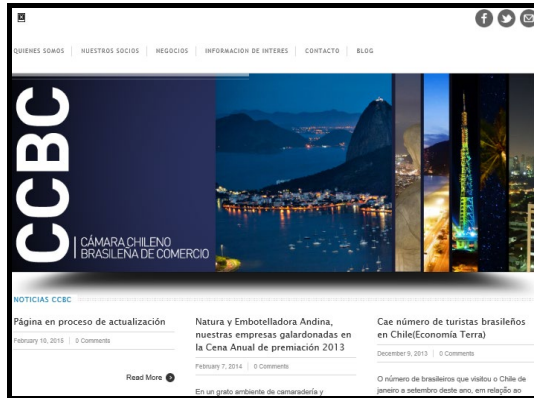


Figura 165 – CCBC

Fundada há 34 anos, a *Cámara Chileno Brasileña de Comercio* – CCBC é uma associação que busca agrupar um setor representativo do empresariado chileno e brasileiro. Seu objetivo é o de intensificar as relações comerciais, industriais, turísticas e de transporte entre as repúblicas do Chile do Brasil. O site é inteiramente dedicado à Associação e, por ser voltado ao público executivo, possui um design sóbrio e moderno, sendo dinâmico e fácil de navegar. A página contém publicação de notícias em relação ao mundo empresarial chileno-brasileiro, além de informações de interesse sobre negócios e uma página para busca e divulgação de oportunidades comerciais.

Chilenos en Brasil

(<http://www.chilenosenbrasil.net/>)

The screenshot displays the homepage of the website 'Chilenos en Brasil'. At the top, there is a banner for 'REMESSA EXPRESSA' with the text '¡ENVÍE DINERO AL EXTERIOR! ¡ES RÁPIDO, FÁCIL Y SEGURO!' and a Chilean flag. Below this is a navigation menu on the left with categories such as 'ASOCIACIONES', 'CAPACITACION', 'CONSTRUCCION CIVIL', 'CULTURA Y ENTERTENIM', 'EVENTOS Y FERIA', 'GASTRONOMIA', 'INGENIERIA Y TECNICA', 'INDUSTRIA Y NEGOCIOS', 'INFORMATICA', 'INSTITUCIONES', 'MEDIOS DE COMUNICACION', 'PROFESIONALES Y OFICIO', 'SALUD', 'TELECOMUNICACIONES', 'TURISMO', 'VEHICULOS Y SERVICIOS', and 'VESTUARIO'. Below the menu are sections for 'ACONTECIMIENTOS', 'CHILENOS EN DESTAQUE', 'EMPLEOS Y OPORTUNIDADES', 'LINKS', 'CAMBIO GRATIS', and 'CONTACTO'. The main content area features a 'Profesional Chileno DESTAQUE DEL MES' section for Roland Stevenson, an anthropologist and painter from Manaus, AM, who has been in Brazil since 1964. To the right, there is an advertisement for the 'Guía de Profesionales Chilenos en Brasil Edición impresa 2013 - 2014', which is described as a public utility guide that has existed for 7 years and aims to unite and strengthen the Chilean community in Brazil. The advertisement includes a phone number: 0800 770 2886.

Figura 166 – Chilenos em Brasil

Com o apoio do “Consulado General de Chile – São Paulo”, o site *Chilenos en Brasil* presta um serviço de utilidade pública à comunidade chilena no Brasil. Seu conteúdo varia desde eventos e atividades culturais à gastronomia, indústria, negócios, empregos e saúde. Oferece uma série de *links* essenciais, como páginas de instituições chilenas, sites de envio de dinheiro ao país de origem e o “Guía de profissionais chilenos em Brasil”. A página principal fornece espaço para que membros da comunidade possam colocar anúncios, assim como destaca o “funcionário chileno do mês no Brasil”. O site também conta com uma página do *Facebook* para a divulgação de informações de interesse à comunidade chilena.

Comunidade Chilena

(<http://www.comunidadechilena.com.br>)



Figura 167 – Comunidade Chilena

Segundo o próprio site *Comunidade Chilena*, seu objetivo é de ser um espaço a todos os chilenos e descendentes que residem no Brasil. Visa a unir a comunidade chilena através de informações “que podem vir a servir a um compatriota, como aposentadoria, subsídio habitacional, serviços consulares, reuniões das associações/comunidades que venham a acontecer, encontros festivos”. O site também convida os membros da comunidade chilena contribuírem com informações, divulgação de serviços ou com qualquer tipo de auxílio. Há uma série de outros *links* atrelados à página principal, entre eles encontra-se o site do consulado chileno no Brasil, o consulado brasileiro no Chile e o site www.chilenosenbrasil.net.

Sabores do Chile¹¹

(<http://www.saboresdochile.com.br>)

O *Sabores do Chile*, evento que reúne autoridades e empresários chilenos e brasileiros, tem como objetivo diversificar e aumentar as exportações chilenas nos setores agrícola, alimentício e de bebidas para o Brasil. O evento do ano de 2014 ocorreu em São Paulo, nos dias 7 e 8 de maio, e o site é inteiramente dedicado a ele, além de conter seções de “Análise econômico comercial”, “Como se estabelecer” e “Como fazer negócios”, além de notícias e *links* ligados ao mercado. Assim como o CCBC, o site se dedica ao mundo comercial/empresarial e tem apoio do Governo do Chile.

Universidad de Chile Brasil

(<http://udechilebrasil.blogspot.com.br>)



Figura 168 – Universidad de Chile Brasil

O blog *Universidad de Chile Brasil* é inteiramente dedicado a um dos mais conhecidos times do futebol chileno: *Universidad Catolica de Chile*, mais conhecido como “La U”. A página é dedicada aos torcedores

¹¹ No período da captura das imagens para ilustração desse trabalho (de 27/01/2014 a 15/02/2104), a página não estava disponível.

brasileiros e residentes no Brasil, com notícias inteiramente em português. O site é simples, com uma interface que se resume a um *feed* de notícias, basicamente o único conteúdo do site.

11.3. Análise

Foram analisadas, no total, 10 páginas¹², dentre sites, blogs, fóruns e grupos no *Facebook* das nacionalidades: peruana, boliviana, colombiana e chilena. Cada postagem, relacionada ao período de outubro de 2013 a fevereiro de 2014, foi encaixada em uma das 11 categorias estabelecidas. São elas: 1) “Projeto de migração”; 2) “Famílias e relações transnacionais”; 3) “Vínculos informativos com o país de nascimento”; 4) “Consumo e produção cultural”; 5) “Aprendizado do idioma”; 6) “Cidadania jurídica”; 7) “Usos de mídias de migração”; 8) “Companhia e ócio”; 9) “Participação política”; 10) “Associativismo”; e 11) “Outros”.

Das 178 postagens, analisadas, 60 se encaixaram na categoria “Vínculos informativos com o país de nascimento”; 29 em “Consumo e produção cultural”; e 19 em “Companhia e ócio”. As categorias “Participação Política” e “Associativismo” somaram 14 textos cada. “Cidadania Jurídica” contemplou 5 textos; seguida de “Projeto de Migração” com 4; “Aprendizado do Idioma”, com 2; e “Famílias e Relações Transnacionais”, com 1. Vinte textos foram classificados na categoria “Outros”. Apenas a categoria “Uso de mídias de migração” não foi contemplada.

Pelo conteúdo do blog *Sayari-Danças Peruanas*, podemos ver que a página se apropria de diversas tradições da cultura latina e andina do Peru para compor suas apresentações musicais, com figurinos, maquiagens, dançarinos etc., articulando-se em eventos que possuam também outros tipos de manifestações com este fim. Orgulhosos das suas raízes, os participantes declaram, na própria descrição do blog, que desejam “manter viva parte dos costumes peruanos, tentando levar um pouqui-

¹² *Bolívia Cultural, Camara Chilena de Comercio, Universidad de Chile Brasil, Chilenos en Brasil, Colombianos en Brasil, Estrangeiros no Brasil, Agenda Colombiana, Peruanos en Brasil, Diálogo Américas e Inmigrantes Peruanos.*

nho da cultura do Peru através das danças e da música”. Apesar de possuir pouquíssimas publicações e um grande intervalo entre elas, a característica mais interessante do grupo é que, no blog, está o convite a qualquer um que deseje compor essa equipe de dança ou mesmo participar de alguma outra forma dos encontros, ensaios e apresentações. *Sayari* forma também vínculos de amizade e parceria – “somos uma família e cada um dos integrantes é parte fundamental do grupo” – uma verdadeira rede de relações, estendida à ‘world wide web’”.

O aspecto emotivo presente em algumas postagens, no que tange às dificuldades da situação de imigrante, foi o que pôde ser observado no site *Estrangeiros no Brasil*. Essa característica confere credibilidade e apego à página por parte daqueles que a “curtem”, sobretudo porque permite criar com o público um vínculo de projeção e identificação, uma semelhança latente uma vez que o autor também é um sujeito comum, imigrante, e com experiências pessoais acerca do tema presente em suas postagens. O destaque fica por conta de breves textos escritos pelo próprio administrador da página. Muitas das vezes, apenas um toque pessoal acompanha um texto padrão copiado e compartilhado, mas já é o suficiente para criar um vínculo e uma marca. Um episódio em particular chamou nossa atenção por seu caráter solidário: o caso de uma campanha de auxílio a uma família peruana residente no Brasil que perdera sua casa e praticamente todos os seus pertences num incêndio.

Já a página *Peruanos en Brasil*, por ser atravessada fortemente pelo viés cultural, com uma abordagem calcada nos sólidos pilares do catolicismo e das demais tradições peruanas, podemos dizer que representa, de maneira geral, uma espécie de recanto para os imigrantes bastante ligados às questões de religiosidade e institucionalidade cristã (mais que meramente o lado espiritual do catolicismo, a prática sociocultural da fé), que é marcada por sua presença tanto na sociedade peruana como na brasileira. Porém, em cada comunidade, essas práticas se constroem e constituem de maneiras diferentes, e aqui é possível sentir de fato a devoção e as preces dos fiéis que escrevem, administram e aparecem nas

matérias da página. É evidente que o site não deixa de lado notícias de importância geral e de interesse humanitário, mesmo as páginas não se propondo a um papel na esfera do que se chama “notícias quentes” ou *breaking news* (por exemplo, no caso da entrevista com um sobrevivente do famoso acidente com mineradores soterrados). Mas também é nítido que esse não é seu objetivo primário.

Com relação ao aspecto político e à cidadania comunicativa, destacamos o site *Agenda Colômbia Brasil*. Apesar de declaradamente ser um espaço apartidário, horizontal e autônomo, o corpo editorial do site o mostra sensível às sutilezas e gravidades da política colombiana – talvez até mais do que às questões políticas que envolvem a cidadania dos imigrantes colombianos no Brasil. O site deixa claro, por exemplo, seu repúdio – em diversos momentos – à perseguição realizada à Unión Patriótica (UP). Podemos compreender, a partir daí, que a intenção deste portal já está presente no logotipo que encabeça a página: “agenda Colômbia-Brasil; a solidariedade é dos povos – la solidaridad es de los pueblos”. Ela passa próxima às questões que muitas vezes figuram como causa da migração, e não tanto àquelas que compõem o acervo de obstáculos do migrante após sua partida. Todavia, há de ser ter a sensibilidade de notar que estes temas são, por vezes, extremamente relevantes para a relação do sujeito migrante com a família que deixou para trás, ou mesmo com sua condição jurídica internacional. Outro exemplo nesse sentido é o site *Diálogo Américas – revista militar digital* que tem a guerra civil nacional entre o governo e as Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia (FARC) como um dos principais assuntos tratados. Em algumas matérias, inclusive, observa-se a atenção às questões da fronteira – visto que a guerrilha do narcotráfico é um dos principais motivadores da migração colombiana pelo norte do Brasil.

A aspereza da vida estrangeira e sua natureza duplamente problematizada, complexa, são a matéria-prima no subtexto implícito das postagens de *Colombianos En Brasil*, fazendo com que a página do *Facebook* assuma um caráter de auto-ajuda. Por sua vez, essas palavras não

são ditas, essa ferida não é tocada diretamente. Ao contrário, o autor parece saber que o universo em que se insere o imigrante que passa por essa dificuldade já faz lembrá-lo disso o tempo todo, e portanto, oferece aqui apenas o consolo. Nas palavras, sempre na língua nativa, se dando ao luxo de algumas expressões de linguagem mais populares, se encontra o caráter acolhedor da página, com preocupações até mesmo fraternas (como um recado natalino à comunidade colombo-brasileira todos os anos).

A interação entre os usuários é que chama a atenção na página do *Facebook Colombianos en Brasil*. É possível deduzir, a partir da análise dos *posts*, que os conteúdos compartilhados por seus membros são pertinentes não apenas para aqueles que já vivenciam a condição de imigrantes, mas também àqueles que se interessam – por vezes, tratam-se aqui de assuntos pertinentes a um projeto de imigração para o Brasil. De maneira geral, o ponto alto dessa página são as relações diretamente estabelecidas entre usuários. Uma boa ilustração desse elemento está em uma das postagens analisadas: uma colombiana residente no Brasil pergunta (próximo ao fim de ano) sobre as opções de deslocamento rodoviário entre Brasil e Colômbia.

Com relação às páginas dos imigrantes chilenos, a categoria mais ressaltada na análise de conteúdo é a de “Vínculos informativos com o país de origem”, revelando o papel principal da *webdiáspora* chilena: manter a comunidade em contato com o país de origem, divulgando informações para aqueles que estão longe da terra natal.

Os sites *Camara Chilena de Comercio e Universidad de Chile Brasil* proporcionam informações de temáticas muito específicas: o primeiro trata de informações empresariais a respeito das relações econômicas estabelecidas entre Chile e Brasil (por isso muitas de suas postagens se vinculam, também, à categoria “Associativismo”), o segundo trata-se de um blog com extenso conteúdo informativo (em português) a respeito do time de futebol Universidad Católica de Chile.

A maioria do conteúdo analisado no protocolo é proveniente da página de *Facebook Chilenos en Brasil*, maior grupo da comunidade chilena no país. As postagens livres da rede social, que não seguem uma regra ou padrão, expõem temáticas que transitam entre informação, ócio, humor, produção e consumo de conteúdo cultural e uma série de outros temas que não se enquadram nas categorias específicas do protocolo, sendo colocados, portanto, na categoria “Outros”, a segunda mais utilizada na análise.

É no conteúdo das postagens da página *Chilenos en Brasil* que se encontra, portanto, a maior riqueza de conteúdo necessária para compreender a *webdiáspora* chilena no Brasil. Com 10.894 seguidores (em dezembro de 2014) e com atualização frequente do *feed* de notícias, a página é a maior fonte de informação e interação virtual para a comunidade chilena no país. Muitas postagens apresentam, além de notícias, informações de utilidade pública como questões jurídicas relacionadas a documentação e emprego (tendo inclusive uma postagem regular que destaca o funcionário chileno do mês no Brasil). Há, também, muito conteúdo humorístico, com piadas que são muito específicas da cultura chilena.

Destaca-se um vasto conteúdo de postagem que revela características muito marcantes entre os chilenos, que são o patriotismo e a valorização de seu país: postagens enaltecendo as belezas naturais no Chile, as tradições, as festas e os hábitos dos quais os imigrantes sentem falta no país de acolhimento tomam boa parte do conteúdo da página. Há, também, postagens com o objetivo de “explicar” determinados comportamentos dos brasileiros, e que dão indicações de “como se portar” no Brasil e de como se relacionar com os brasileiros, de modo que sejam aceitos e acolhidos pelo país.

Por fim, com relação aos bolivianos, verificamos que a identidade do *Bolívia Cultural* está diretamente vinculada à comunidade boliviana imigrante. Esta relação atribui ao projeto, em alguma medida, o status de representante deste grupo social, que em contrapartida cobra e opina

sobre diversos aspectos. Notamos que o portal deixou de ser uma mídia periférica para se tornar uma mídia de fato, uma vez que se transformou em fonte de informação, e não é mera reprodutora de conteúdo. Um dos grandes destaques desse projeto é a campanha “Eu Amo Bolívia”. Lançada em 2011, trata-se de uma ação desenvolvida com o objetivo de promover a cultura boliviana no Brasil. Para divulgar a marca, foram criados produtos com a estampa da logo criada para a campanha, como camisetas e chaveiros. Durante a pesquisa, o *Bolívia Cultural* se destacou pelo seu caráter profissional e comercial.

11.4. Considerações finais

O panorama atual da imigração andina para o Brasil está inserido, conforme dissemos anteriormente, em um contexto no qual os fluxos migratórios entre nações da América do Sul superam em números a saída para Estados Unidos e Europa. Neste cenário, o Brasil aparece como receptor dos novos imigrantes sul-americanos, tendo registrado o aumento no número destes estrangeiros.

No geral, o processo identitário que permeia esses grupos no Brasil é determinado pela afirmação e exaltação da cultura milenar da terra natal, especialmente em relação à Bolívia, ao Peru e à Colômbia; a questão étnica e racial, já que muitas vezes tratam-se de indivíduos com fenótipos indígenas; e a possibilidade de diálogo a partir das semelhanças com a cultura brasileira, oriundas das influências ibero-americanas, indígenas e africanas. A partir de Hall (2003 e 2006), discutem-se características gerais das minorias étnicas e comunidades diaspóricas. Com Silva (2007 e 2012), Vidal (2012), Daniel (2013) e outros, são descritas algumas das manifestações culturais dos andinos na sociedade receptora e a importância de entender as complexidades destes grupos a partir de sua heterogeneidade.

O tema principal da pesquisa é iniciado a partir da percepção da importância da internet para a imigração contemporânea. Neste cenário,

Escudero (2014) utiliza o termo *webdiáspora* para conceituar a rede formada pelos conteúdos criados na internet a partir universo da migração. Dentre as características destacadas por diferentes autores, a apropriação da web por imigrantes é percebida como forma de novas narrativas jornalísticas, possibilidade de manter os laços identitários com local e cultura de origem, possibilidade de participação política através do “ativismo em redes”, comunicação contra-hegemônica, comunicação comunitária, prestação de serviços, entre outros aspectos.

Durante o mapeamento e a análise da *webdiáspora* andina no Brasil, confirmou-se a estrutura de uma rede, pois há interconexão e interação entre as páginas. Em determinado momento, as produções se encontram na *webdiáspora* latino-americana. São utilizadas as mais variadas ferramentas disponíveis na internet: fóruns, webrádios, blogs, grupos no *Facebook*. O idioma escolhido pelas páginas dos imigrantes andinos varia de acordo com o objetivo e o público que desejam alcançar. As páginas que buscam levar os brasileiros para conhecer o universo e a cultura dos imigrantes preferem o português para chegar aos dois públicos. É o caso do *Bolívia Cultural*. Aquelas que se propõem a ser um canais de comunicação apenas entre os imigrantes escolhem o espanhol.

De um modo geral, as mídias destacam aspectos positivos dos imigrantes e são muito interessantes para pensar a virtualização de comunidades estrangeiras. A proposta dos grupos é unir pessoas que muitas vezes não se conhecem pessoalmente, que têm em comum apenas a origem nacional e a condição migratória. Majoritariamente, as páginas de imigrantes andinos encontradas na internet evitam estimular rivalidades regionais, étnicas e sociais pré-existentes no país de origem. Apesar dos desvios realizados por alguns membros, trata-se de um consenso que estimula a integração entre os imigrantes oriundos da mesma nação.

Considerando ainda as limitações de acesso à web por parte de algumas camadas de imigrantes, seja por hábito ou por situação socioeconômica, a atuação dos produtores em eventos e organizações de

imigrantes é fundamental para o sucesso das mídias e para sua consolidação como um referencial para a comunidade latina no Brasil. O discurso contra-hegemônico é um dos aspectos analisados durante o estudo de caso. A necessidade de ser uma alternativa à grande mídia brasileira é afirmada pelos estudos de Manetta (2012) e Duarte & Dutra da S. (2012). Por fim, a imigração de latino-americanos para o Brasil levanta a questão do pertencimento ao continente latino-americano, o quanto há de identificação e de distanciamento.

***Webdiáspora* Japonesa (Okinawana)**

12.1. Contexto histórico da imigração

A política de enviar trabalhadores para outras partes do mundo adotada pelo governo japonês acompanhou o início da modernização do país com a chamada Restauração Meiji, a partir da segunda metade do século XIX. O expressivo crescimento demográfico, em virtude da melhora da qualidade de vida da população, combinado à entrada tardia do Japão na economia mundial capitalista, em 1868, culminaram no esforço do país em incentivar a emigração, o trabalho temporário no exterior e até mesmo a anexação (e colonização) de territórios, como ocorreu na Manchúria e na Coreia.

A aprovação da Lei de Proteção aos Emigrantes, em 1896, pela Câmara dos Deputados do Japão, é fundamental para a compreensão do que definiria, posteriormente, a entrada de trabalhadores japoneses no Brasil. O documento estabelece uma legislação de amparo e defesa do emigrante, oficializando o incentivo do governo com relação à saída do território.

O primeiro grupo de imigrantes japoneses chegou ao Brasil em 1908, a bordo do navio *Kasato Maru*. Antes, em 1894, um enviado especial do governo japonês já havia desembarcado no país, a fim de tratar de assuntos imigratórios. Os 781 imigrantes aportaram em Santos e se estabeleceram em todas as partes do país, mas principalmente nos estados de São Paulo e Paraná.

Sakurai (1998) define esse primeiro momento, compreendido entre 1908 e 1924, como um estágio experimental da imigração, pois, a fase ainda é de insegurança com relação ao sucesso da empreitada. No Brasil,

a preocupação com a miscigenação ainda é constante; o governo japonês, mais otimista, confia na receptividade brasileira e acredita no sucesso da incursão. Nesta primeira fase, chegaram ao Brasil cerca de 6.200 famílias, totalizando 32.267 imigrantes.

Tabela 1

Ano em que chegou ao Brasil	Nome do Navio	Imigrantes Trazidos
1908	Kasato Maru	780
1910	Ryojun Maru	960
1912	Itsukushima Maru	1432
1912	Kanagawa Maru	1412
1913	Dai-no-unkai Maru	1506
1913	Wakasa Maru	1588
1913	Teikoku Maru	1946
1913	Wakasa Maru	1808

Fonte: "Resistência & Integração: 100 a nos de imigração japonesa no Brasil" (IBGE, 2008).

A partir de 1924, os subsídios do governo japonês aumentaram exponencialmente o fluxo de imigrantes ao Brasil, bem como o fortalecimento da rede de famílias oriundas de várias províncias do Japão: das regiões com tradição de emigração como Kagoshima, Kumamoto e Okinawa, até áreas mais urbanas como Tóquio e Osaka. O trabalho dos agentes das companhias de emigração, que faziam propaganda da possibilidade de mobilidade internacional e convenciam as pessoas a migrarem para o Brasil, também contribuiu para esse crescimento. A característica marcante desta fase é a emigração espontânea de trabalhadores, a fim de ocupar e colonizar terras adquiridas pela *Kaigai Kogyo Kobushiki Kaisha (K.K.K.K.)*, uma empresa estatal controlada diretamente pelo governo japonês, fundamental nesta segunda fase, caracterizada por Sakurai (1998) como imigração tutelada.

Desde a chegada do navio *Kasato Maru*, São Paulo concentra até hoje o maior número de imigrantes japoneses e de seus descendentes no país. Segundo tabela divulgada pelo IBGE em 2008, que comparou o contingente populacional brasileiro e de *nikkeys* de 1960 a 2000, além do estado paulista, Mato Grosso do Sul e Paraná são as unidades federativas que registram o maior número desses imigrantes, com colônias estabele-

cidas em suas cidades. Os estados do Norte e Nordeste também apresentam aumento do número de imigrantes no período.

Tabela 2

Áreas Consideradas	1960		2000	
	População Brasileira	População Nikkey Absoluta Percentual	População Brasileira	População Nikkey Absoluta Percentual
Total	69.387.691	439.416 0,6%	167.909.995	1.405.685 0,8%
Norte (1)	1.380.091	2.341 0,2%	6.715.207	54.161 0,8%
Pará	1.526.325	2.592 0,2%	6.195.965	39.353 0,6%
Nordeste (2)	16.236.378	629 0,0%	34.696.719	147.112 0,4%
Bahia	5.910.429	582 0,0%	13.085.769	78.449 0,6%
Sudeste (3)	11.197.675	3.612 0,0%	21.117.838	84.076 0,4%
Rio de Janeiro	6.601.038	7.274 0,1%	14.392.105	63.470 0,4%
São Paulo	12.775.121	336.338 2,6%	37.035.456	693.495 1,9%
Sul (4)	7.479.906	1.261 0,0%	15.545.705	35.862 0,2%
Paraná	4.259.610	81.205 1,9%	9.564.642	143.588 1,5%
Centro-Oeste (5)	2.021.118	3.582 0,2%	9.560.589	66.119 0,7%
Mato Grosso do Sul	568.983	8.896 1,6%	2.078.069	29.805 1,4%

(1) Considerados os estados de Rondônia, Acre, Amazonas, Roraima, Amapá e Tocantins. (2) Considerados os estados do Maranhão, Piauí, Ceará, Rio Grande do Norte, Paraíba, Pernambuco, Alagoas e Sergipe. (3) Considerados os estados de Minas Gerais e Espírito Santo. (4) Considerados os estados de Santa Catarina e Rio Grande do Sul. (5) Considerados os estados de Mato Grosso, Goiás e Distrito Federal. Em 1960, foram realizados os desmembramentos dos estados de Mato Grosso e de Goiás, retirando-se os municípios que vieram a compor, respectivamente, os estados de Mato Grosso do Sul, criado em 1977, e de Tocantins, criado em 1988. Em 1980, foi realizado o desmembramento do estado de Goiás. Fonte: “Resistência & Integração: 100 a ano de imigração japonesa no Brasil” (IBGE, 2008).

12.2. Mapeamento

Made in Japan

(<http://madeinjapan.uol.com.br/>)

Figura 169 – Made in Japan

O portal *Made in Japan* é uma das principais fontes informativas da comunidade japonesa no Brasil. Parte de seu conteúdo é compartilhado com a versão impressa, na forma de uma revista (criada em 1997), com circulação nas principais capitais de Brasil e Japão. Possui redações nos dois países. Compreende diversos temas, desde questões sobre a economia e política (acordos diplomáticos entre as nações) até informes culturais, divulgação de eventos e entretenimento. Tem uma interface jovem, com cores equilibradas e possibilita uma navegação, até certo ponto, intuitiva. Uma ressalva à organização do “arquivo” de notícias e à busca por palavras chaves que não permitem a fácil localização de assuntos específicos.

Cultura Japonesa

(<http://www.culturajaponesa.com.br/>)

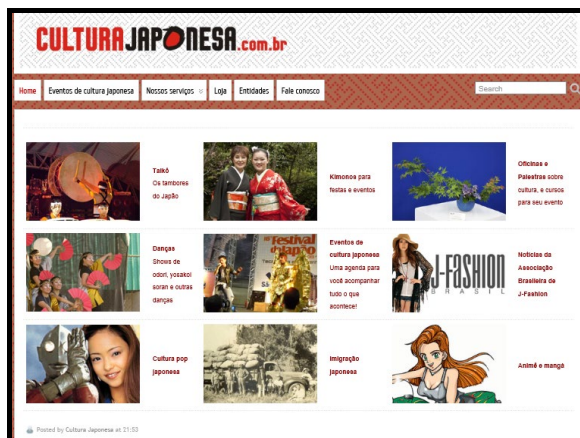


Figura 170 – Cultura Japonesa

O site *Cultura Japonesa* apresenta uma interface similar a um blog, com estrutura fixa, porém, com pouca interatividade. Dedicar-se, basicamente, a divulgar eventos paulistas da comunidade japonesa (“Temaki Fest”, radio taissô, feiras de mangás e livros), eventuais informes sobre a atuação do consulado brasileiro no Japão e programas de intercâmbio.

Uma matéria em especial chamou atenção durante a pesquisa: “*Dicas de etiqueta para não cometer gafes no Japão*”, uma série de orientações (posturas, expressões) para evitar “constrangimentos” no contato com os japoneses. O site possui um menu confuso, com diversos subtemas na parte superior da página. Ainda assim, a busca nos arquivos de notícias é simples, a partir do menu datado na coluna à direita. A equipe também promove eventos voltados à comunidade nipônica, com apoio da *NSP Hakkosha Editora e Promoções Ltda.*, além de cursos e consultoria para escolas e empresas.

Portal Mie

(<http://portalmie.com/>)



Figura 171 – Portal Mie

O *Portal Mie* é uma página dedicada a publicações de notícias sobre o Japão. Desde assuntos de repercussão internacional (vazamento de radiação em Fukushima), atuação da polícia japonesa, até temas culturais e de entretenimento. Possui a “TV Portal”, com cobertura de eventos e entrevistas. Chama a atenção o número de matérias que tratam diretamente sobre questões migratórias, de caráter estatístico (número de estrangeiros no país) e de utilidade pública (atuação dos consulados itinerantes e seminários sobre documentação de brasileiros). Possui uma

área específica só para notícias (<http://atualidade.portalmie.com/>), mais organizada que o portal, com menus de fácil localização.

Nikkei Brasil

(<http://www.nikkeibrasil.com.br/>)



Figura 172 – Nikkey Brasil

Autointitulado “o site do japonês no Brasil”, o portal *Nikkei Brasil* é uma página dedicada, principalmente, aos anúncios da comunidade japonesa que reside no país, em sua maioria na região sul. Possui um índice extenso, que vai de informações sobre cursos de cultura japonesa, agências de turismo, entidades beneficentes até boates e casas noturnas; uma espécie de banco de dados, uma lista de contatos de serviços prestados para a comunidade. O site possui um cadastro para empresas interessadas fazer propagandas de sua atuação, com cerca de 8.000 inscrições até o momento (em agosto de 2014).

Miss Nikkey

(<http://www.missnikkey.com.br/>)

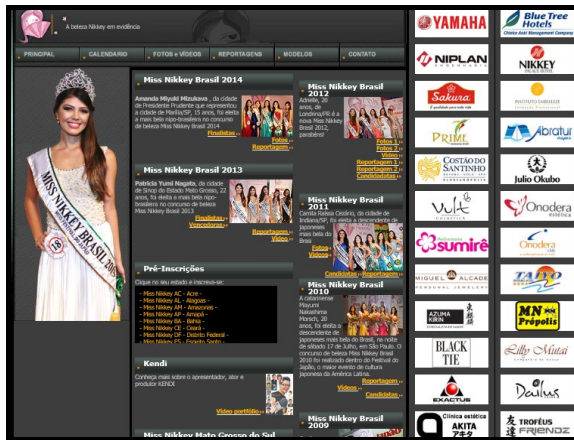


Figura 173 – Miss Nikey

O site *Miss Nikkey* dispõe-se a divulgar o concurso que destaca anualmente a “Beleza Nikkey em Evidência” no Brasil. Possui um menu simples, com o calendário das seletivas estaduais, fotos e vídeos, reportagens e cadastro de modelos que desejam seguir uma carreira no Japão. Há ainda bastante espaço para os patrocinadores, geralmente empresas ligadas ao Japão, como Yamaha e Sakura.

Rádio e TV Nikkey Brasil

(<http://www.radioetvnikkey.com.br>)

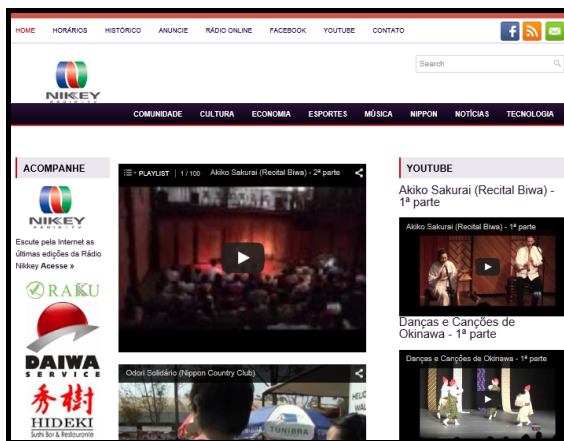


Figura 174 – Rádio e TV Nikkey Brasil

A *Rádio e TV Nikkey Brasil* existe há mais de duas décadas e abrange assuntos relativos à cultura, informações, músicas e bate-papo com o público. Segundo informações do próprio site, grande parte da audiência da *RTV Nikkey* é composta por não descendentes de japoneses que são fascinados pela cultura nipônica. Possui ainda um canal no *YouTube* com reportagens e cobertura de eventos da comunidade.

Nikkei Web

(<http://www.nikkeiweb.com.br>)



Figura 175 – Nikkei Web

O site *Nikkei Web* é uma página dedicada a divulgar atividades desenvolvidas por entidades nipo-brasileiras, ligado ao *Instituto Nikkei Web* e mantido pelo *Instituto Ícaro*, uma Oscip (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público). Possui uma lista de “canais”, subcategorias com informações relativas aos *delequesquis*, gastronomia, turismo, memória e outros temas de interesse da comunidade.

Entidades sem fins lucrativos podem se associar ao portal, criar uma página própria e divulgar eventos; a página permanece vinculada ao *Nikkei Web* e recebe apoio na publicidade. Possui uma ferramenta de integração entre associados de uma entidade, o *Renik*, baseado no sistema do *Orkut*, mas em uma versão simplificada.

Nikkei News¹

(<http://www.nikkeinews.com.br/>)

O *Nikkei News* é um portal de notícias de Maringá (PR), relativo à comunidade nipo-brasileira. Apesar de desatualizada (a última postagem

¹ No período da captura das imagens para ilustração desse trabalho (de 27/01/2014 a 15/02/2104), a página não estava disponível.

data de 2009), a página tem um banco de dados de empresas que prestam serviços de naturezas diversas (alimentação, advocacia, engenharia etc.). Atua como fonte notícias de entidades nipo-brasileiras como a *Sei-chi-no-ie*, o *Instituto Tomodati* e a *ABD* (Associação Brasileira de Dekasseguis), além de associações regionais como a *Acema* e a *Fundação Luzamor*.

Portal Nippon

(<http://portalnippon.com>)



Figura 176 – Portal Nippon

O *Portal Nippon* foi criado em 2008 com conteúdo dedicado à cultura japonesa e notícias sobre a comunidade latino-americana no Japão. O portal funciona como uma ferramenta de divulgação de eventos da comunidade nipo-brasileira, com cobertura fotográfica e vídeos, e conta com uma equipe de blogueiros/colaboradores que tratam de diversos assuntos como: tecnologia, esporte, vida e estilo, e entretenimento. Promove concursos (*NipponGirl*) e produz um *podcast* (*NipponCast*).

AOKB – Associação Okinawa Kejin do Brasil

(<http://www.okinawa.com.br/index2.htm>)

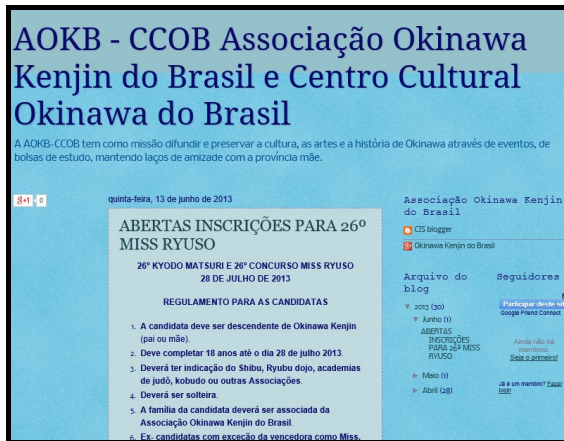


Figura 177 – AOKB-CCOB

O AOKB-CCOB é a página oficial da Associação Okinawa Kejin do Brasil e do Centro Cultural Okinawa do Brasil. Escrita em português, apresenta também algumas informações no idioma nativo. A página contém uma coluna de links no lado esquerdo e informações do tipo destaques, galeria de fotos, eventos, notícias, fórum etc. Há ainda informações sobre serviços em geral e enquetes voltadas ao público. É fácil encontrar espaços de interação social, como forma de aproximar a comunidade akinawana, e, até mesmo, links que permitem o feedback do público em relação ao site da Associação. Além de um blog informativo (<http://aokb-ccob.blogspot.com.br/>), a AOKB mantém um perfil no Twitter (<https://twitter.com/OkinawaKenjin>), com 206 seguidores (em dezembro de 2014).

Associação Okinawa da Vila Carrão (SP)

(<http://www.associacaookinawa.com.br/pt-br/index.php>)



Figura 178 - Associação Okinawa da Vl.Carrão

O site *Associação Okinawa da Vila Carrão*, de São Paulo, apresenta um layout intuitivo e simples. A página principal concentra algumas informações importantes, como: notícias, artigos, calendário de eventos e destaques (entre esses, a história da associação, cultura, galeria de fotos e atividades que acontecem na associação). No menu do lado esquerdo estão *links* do próprio site, enquanto do outro lado, pequenos ícones levam para outras páginas que oferecem serviços, como uma forma de publicidade. No rodapé da página, está o endereço físico da Associação.

Jornal Utiná-Press

(<http://www.utinapress.com.br>)



Figura 179 – Utiná-Press

O *Utiná-Press* apresenta bastante informação, de forma que é necessário ter atenção para navegá-lo. As cores usadas são fortes, como o amarelo, laranja, preto e branco, para contrabalançar. O site funciona, assim como outros, a fim de perpetuar e informar acerca da história, cultura, dialeto e cultura dos Okinawa. A primeira página apresenta o jornal impresso de uma forma digital, com as notícias da primeira capa e as mais importantes. O menu fica no topo da página, do lado direito.

Memorial do Imigrante Okinawano (MIO)

(<http://www.memorialokinawano.wordpress.com>)



Figura 180 – MIO

O *MIO* apresenta um layout elaborado, com cores e bem construído visualmente. O menu, assim como a ferramenta de pesquisa, fica na parte direita da página. Não apresenta nenhuma divisão de conteúdo por tópico ou *tag*, mas por arquivos referentes aos meses. Apresenta-se como um blog, ainda que seja um site. Apesar do título, o site apresenta, na maior parte, notícias vinculadas ao que é de interesse para a cultura okinawana, assim como *posts* dedicados a tratar sobre algum evento histórico e/ou cultural importante para a mesma. As postagens também se intercalam com relatos pessoais que auxiliam no entendimento da cultura, assim na compreensão do vínculo que esses imigrantes mantêm com sua cultura de origem. O Memorial do Imigrante Okinawano (MIO) conta ainda com a página no *Facebook* <https://www.facebook.com/MIO.MemorialdoImigranteOkinawano>. Porém, a última atualização foi em 2012.

Okinawa Brasil

(<http://okinawabrasil.wordpress.com>)

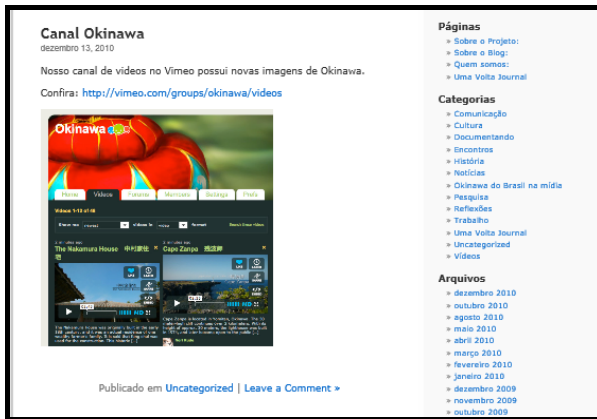


Figura 181 – Okinawa Brasil

A página *Okinawa Brasil*, apesar de ser um site, funciona como um blog, no intuito de documentar e contar a história dos imigrantes de Okinawa no Brasil, partindo dos próprios Okinawas e seus descendentes, considerando a comunidade Uchinanchu e o seu lugar de tradição no mundo globalizado. Surgiu para comemorar o centenário da imigração japonesa no Brasil (2008). As postagens são, em sua maioria, pequenas, mas também há fotos e vídeos. É interessante observar como os voluntários e até mesmo os autores do blog usam de seu próprio cotidiano para exemplificar a cultura okinawana em suas vidas. Além desses relatos, há indicações de filmes e narrações de eventos culturais afins que acontecem nas cidades em que os voluntários moram (predominantemente São Paulo). Em geral, o blog apresenta um layout bem simples e intuitivo, onde o visitante pode se orientar pela coluna de informações à esquerda, como também nas ferramentas usuais do *wordpress*.

Uchina

(<http://uchina.com.br>)

The screenshot shows the homepage of the Uchina website. At the top, there is a header with the 'uchina' logo on the left, the 'INTERBAN TURISMO' logo in the center, and contact information on the right: 'EMBRATUR: 07047-0041-2 - IATA: 57-5 04510', 'CGG (MF): 58.634.213/0001-55', and 'CCM: 9.492.593-3'. Below the header is a navigation bar with links for 'agenda', 'dia-a-dia', 'entidades', 'okinawa', 'bolsas', and 'fotos'. A search bar is located below the navigation bar. The main content area is divided into three columns. The left column is a 'Menu' with links to 'Academias, Associações e Escolas', 'Artesanato', 'Bolsas e intercâmbios', 'Circulando', 'Consulado', 'Costumes e crenças', 'Culinária de Okinawa', 'Culinária geral', 'Cultura', 'Dicas de Uchiná', 'Entidades filantrópicas', and 'Entidades apoio-brasileiras'. The middle column is titled 'DESTAQUES' and contains two main sections: 'Academias, Associações e Escolas' and 'Bolsas e intercâmbios'. The 'Academias' section mentions 'Ryukyū Koku Matsuri Daiko' and 'Dia: 21 de fevereiro / hora: 16h às 18h / local: Praça Hirokido Daiko, 297 - Assoc. Okinawa da V. Carrião / inf. www.matsuridaiko-brasil.com / e-mail: apresentacoes@matsuridaiko-ep.com / contato: 11 - 7702-5889'. The 'Bolsas e intercâmbios' section has a sub-section for 'Japão' with details about 'Bolsa de Urusoe / Okinawa - Inscrições abertas, se você é descendente de Urusoe e tem interesse em estudar a língua japonesa e aprender sobre a cultura de Okinawa, está aí a oportunidade. Período da bolsa - julho a dezembro/2015 - Seletiva dia 07 de fevereiro / inf. Seiki Oyafuso Fone: 2256-3488 (res.) / 2256-2988 (com) Yassu Shimaburao Fone: 2943-0150 / 9621-5620 (cel) Davies Helen Oyafuso Fone: 3036-4636 (res.) / 981-66-0653 (cel) Bruno Oshiro F: 97581-4201 (cel)'. Below this is a 'Circulando' section with 'Eventos' and a notice about a reception for 'Kitanakagusuku Songinkai' on Feb 21st. The right column is titled 'PUBLICIDADE' and contains two advertisements: 'Studio FLASH BOOK Models' and 'OK magazine mundo'.

Figura 182 – Uchina

Dentre todos os sites e blogs visitados, o *Uchina* é o que se encontra mais atualizado (2014). Utiliza-se de cores suaves e de um *layout* mais limpo, alinhado à esquerda, apresentando, desse lado, a coluna de informações do próprio site, enquanto do outro se pode encontrar um espaço para publicidade. A primeira página apresenta as notícias de destaque de alguns canais da página. De modo geral, o site é bastante intuitivo, com seções bem divididas, que vão de culinária e esoterismo a notícias sobre intercâmbio, consulado e afins.

Associação Okinawa de Guarulhos

(<http://www.nikkeyweb.com.br/sites/okinawaguarulhos>)



Figura 183 – Associação Okinawa de Guarulhos

O site *Associação Okinawa de Guarulhos* possui um *layout* bem simples. No entanto, não se diferencia do site anterior, com relação à sua estrutura. Seu conteúdo não fica disponível, inicialmente, na primeira página – tudo está dividido na coluna à direita, como a parte institucional do site, outras páginas afins e uma parte mais social, como um *link* para “fale conosco” galeria de fotos. Assim como outros sites, este é voltado para a celebração de eventos culturais que unam a comunidade Okinawa no Brasil.

Okinawa – Reflexões sobre a cultura japonesa no Brasil

(<http://a-cultura-japonesa-no-brasil.blogspot.com.br>)



Figura 184 – Okinawa

O blog *Okinawa* permaneceu atualizado até maio de 2014. Possui uma configuração simples, predominantemente com um estilo *dark* e com um contador/localizador de visitantes do lado direito da página. As postagens nesse blog funcionam mais como um acervo composto por fotos de eventos e encontros onde a cultura japonesa estava inserida. Por ser um blog pessoal possui, também, alguns *posts* dedicados a poesias que sejam relacionadas à cultura nipônica. O blog tem como principal fio condutor a documentação de eventos da *Associação Okinawa de Santo André*.

12.3. Análise

Foram analisadas, no total, 10 páginas², dentre sites, blogs, fóruns e grupos no *Facebook*. Cada postagem, compreendida no período entre outubro de 2013 e fevereiro de 2014, foi encaixada em uma das 11 catego-

² *Cultura Japonesa, Portal Mie, Made In Japan, Portal Nippon, Blog Kenji no tabe, Nikkey Web, Sanwa Gakuin*, além das páginas do *Facebook*: *Comunidade Nikkey do Brasil e Japão, Nikkeys do Brasil e Comunidade Oriental e a Cultura*.

rias estabelecidas. São elas: 1) projeto de migração; 2) famílias e relações transnacionais; 3) vínculos informativos com o país de nascimento; 4) consumo e produção cultural; 5) aprendizado do idioma; 6) cidadania jurídica; 7) usos de mídias de migração; 8) companhia e ócio; 9) participação política; 10) associativismo; e 11) Outros.

Das 324 postagens e textos analisados e submetidos ao protocolo da pesquisa, a maior parte deles era sobre “Vínculos Informativos com o País de Nascimento” (278), seguido de “Consumo e Produção Cultural” (22), “Projeto de Migração” (12), “Cidadania Jurídica” (8) e “Aprendizado do Idioma” (2). Nota-se que no período analisado, a maior parte dos informativos localizados dizia respeito ao país de origem (Japão), e apenas uma pequena parcela das matérias era sobre imigrantes estabelecidos no Brasil, políticas e articulação da comunidade.

A página com maior quantidade de conteúdo localizado no período foi *Portal Nippon*, criada em 2008 com conteúdo dedicado à cultura japonesa e às notícias sobre o país. Todas as matérias analisadas dedicam-se a noticiar fatos sobre o Japão, a política do país, acordos diplomáticos, economia e eventos ligados à Família Imperial. Parte considerável dos artigos encontrados, não apenas no *Portal Nippon*, mas em outros sites também, tratava do desastre ambiental em Fukushima (2011), que com o vazamento de material radioativo, ainda hoje registra contaminação do solo e da população estabelecida na região.

Ao observar esse padrão nas postagens, o interesse da comunidade estabelecida no Brasil e de seus descendentes na cultura japonesa fica bastante evidente. Interesse esse que pode ser analisado a partir de duas perspectivas: os primeiros migrantes japoneses, a bordo do navio *Kasato Maru*, chegaram ao Brasil no início do século XX, e sua fixação no país ocorreu com características únicas: a formação de colônias, geralmente com apoio e tutela do governo japonês (desde o projeto de migração). Assim sendo, a manutenção de hábitos e costumes, em geral, foi bem-sucedida; adaptados à nova terra, mas com fortes laços com seu país de origem, ainda hoje. Nesse ponto, a questão identitária é ressaltada pela

busca e acompanhamento das notícias sobre o Japão. Seguem algumas notícias que consideramos ilustrar bem essa questão:

- Fusão de bancos locais de Tokyo pode encorajar consolidações (*Portal Nippon, News*, 10/10/13)
- Controle de radiação vai ser reforçado em Fukushima (*Portal Nippon, News*, 14/10/13)
- Tufão em direção a Okinawa (*Portal Mie, Notícias*, 06/10/13)
- Palácio Imperial de Tóquio poderá ser aberto ao público (*Portal Mie, Notícias*, 18/12/13)
- Carta do Imperador Akihito com a tradicional mensagem de Ano Novo (*Made in Japan, Notícias*, 08/01/14)

Outro ponto de análise é o projeto de migração de *dekasseguis* (contingente de nipo-brasileiros que migram para o Japão para trabalhar), que atingiu seu auge na década de 90, e ainda hoje representa um caminho possível para os descendentes. Prova disso é a quantidade de anúncios de ofertas de empregos no Japão encontrados nos grupos de discussão e propagandas de agências que oferecem assistência ao trabalhador interessado em emigrar. Assim, o acompanhamento de notícias sobre a economia e a política japonesa é bastante proveitosa, nesse caso, para aqueles que pretendem colocar em curso seu projeto de migração. Junto às classificações Projeto de Migração e Cidadania Jurídica, essa categoria foi encontrada nas páginas *Cultura Japonesa*, *Portal Mie* e *Kenji no Tabe*, este último um blog de um estudante de doutorado nipo-brasileiro que concluiu seus estudos no Japão e relata em suas postagens o dia a dia no país, dando dicas para quem pretende estudar numa universidade japonesa. São exemplos de notícias que ilustram esse ponto de vista:

- Os decasséguis que receberam ajuda para deixar o Japão em 2009 agora podem retornar (*Cultura Japonesa, Notícias*, 17/10/13)
- Curso para futuros bolsistas no Japão (*Cultura Japonesa, Notícias*, 08/11/13)
- Japão lança novo programa para aumentar o número de estudantes estrangeiros no país (*Portal Mie, Notícias*, 23/12/13)

- Solicitações de refúgio no Japão atingem novo recorde (*Portal Mie*, Notícias, 30/12/13)
- Japão contratará mais trabalhadores estrangeiros para acelerar economia (*Portal Mie*, Notícias, 22/01/14)
- Gasshuku, viagem com o objetivo de estudar, um retiro educacional (*Kenji no Tabe*, 13/10/13)

A segunda categoria com mais textos foi “Consumo e Produção Cultural”. Matérias que abordam de eventos e festivais de cultura japonesa a oficinas de costura e adaptação para o cinema de clássicos nipônicos. As festas temáticas são atividades bastante presentes nas comunidades de migrantes – japoneses e uchinanchus. Além do caráter propagador de cultura, para dentro e fora da comunidade, esses eventos criam espaços de conciliação entre gerações de migrantes e seus descendentes. Ainda que com elementos miscigenados, evidentes na culinária, por exemplo, que já sofreu transformações, assim como nas apresentações de dança que já incorporam estilos tipicamente brasileiros como o samba e o forró, as festas, sem dúvida, reafirmam a identidade dessas comunidades.

O 29º Festival Akimatsuri de Mogi das Cruzes é um exemplo dessa miscigenação. O tema dessa edição foi “Gambarê Brasil” (“Força, Brasil” ou “Boa Sorte, Brasil”), em apoio à Seleção Brasileira na Copa do Mundo. Outra matéria chamou atenção na análise: uma cantora japonesa que criou uma versão da música “Resposta” do grupo Skank, em homenagem aos 20 anos da banda.

A cantora japonesa Tsubasa Imamura, traz mais uma novidade para os fãs no seu canal do Youtube. Desta vez, o cover da música Resposta, sucesso da banda brasileira Skank ganha um trecho cantado em japonês e um novo ritmo levado pela japonesa Konakade Senda, com as notas do acordeon. A versão acústica de Tsubasa é uma homenagem aos 20 anos da banda mineira no mainstream da música brasileira (...) (Fonte: *Made in Japan*, Música, 01/10/13).

A contagem das demais categorias ficou da seguinte forma: “Companhia e ócio” e “Outros” contabilizaram um texto cada; as demais categorias não foram contempladas.

12.4. Considerações finais

Esta pesquisa teve como objetivo identificar e analisar a articulação da comunidade de imigrantes japoneses e de seus descendentes, a partir da produção e interação em sites, blogs e grupos de discussão, localizados dentro da perspectiva de *webdiáspora*. Realizando a análise do material publicado nas páginas, foi possível investigar a dinâmica de troca de informações da comunidade japonesa na *web*, evidenciando os aspectos atuais do processo migratório inaugurado em 1908, com a chegada dos primeiros imigrantes a bordo do navio *Kasato Maru*.

O primeiro ponto a destacar diz respeito à categoria de análise que mais caracterizou as publicações: “Vínculo informativo com o país de origem”. A constante sistematização de notícias sobre o Japão revelou a vívida ligação que o imigrante e seus descendentes mantêm com a “pátria mãe”. Seja como forma de acompanhar o cotidiano dos familiares que estão no país ou como parte de um possível projeto de “migração de retorno” (como é o caso dos *dekasseguis*). Essa conexão pode se manifestar de outras maneiras, ressaltando a identidade cultural do grupo. Os festivais que reúnem toda sorte de atrações culturais, artísticas e gastronômicas representam o momento de afirmação identitária dos imigrantes e de seus descendentes; de conciliação entre gerações, e também uma forma de propagação da cultura para aqueles que não possuem vínculo pátrio com o Japão.

Fica claro, desse modo, o papel da *webdiáspora* na mobilização do imigrante com relação ao seu país de origem, de afirmação de imaginários e perspectivas para seus descendentes e de exaltação de sua cultura, ainda que com visíveis pontos de hibridação com outras manifestações.

Considerações finais

Grosso modo, a imigração é o deslocamento de pessoas em espaço físico. No entanto, por se tratar de um “fato social completo” que se dá no cruzamento das ciências sociais com inúmeras disciplinas: História, Geografia, Demografia, Economia, Direito, Sociologia, Psicologia, Psicologia social, Antropologia, Linguística, Sociolinguística, Ciência política etc., como nos diz Sayad (1998), é possível estudá-la de diversas e surpreendentes formas. Neste trabalho, nos deparamos com 188 páginas virtuais entre sites, blogs, fóruns e grupos no *Facebook* criados e compartilhados por diversos tipos de imigrantes – entre africanos, portugueses, alemão, italianos, muçulmanos, espanhóis (galegos), russos e ucranianos, árabes, andinos e japoneses (okinawanos) – que se estabeleceram no Brasil. Deste total, cujas características principais foram detalhadas de maneira qualitativa nos respectivos textos, 87 páginas tiveram seu conteúdo submetido aos protocolos de análise, o que totalizou a classificação de 1.896 textos (também chamados no decorrer do trabalho de posts). Tamanha quantidade de material analisado, vale destacar, só foi possível porque a pesquisa contou com uma equipe grande e um prazo adequado de coleta e interpretação do material (durante todo o ano de 2014).

A tabela abaixo dá uma dimensão geral da análise em termos quantitativos.

Tabela 3

Grupo	Páginas Descritas	Páginas “protocoladas”	Número de textos (posts) classificados
Africanos	14	9	87
Portugueses	14	7	282
Alemães	21	7	154
Italianos	29	10	421
Muçulmanos	18	8	79
Espanhóis (Galegos)	13	10	100
Russos e Ucranianos	13	8	90
Árabes	19	8	181
Andinos	30	10	178
Japoneses (Okinawanos)	17	10	324
TOTAL	188	87	1.896

Esses espaços reúnem sujeitos que se utilizam da aceleração das comunicações vivenciada na atualidade para transcender o alcance nacional ou étnico e abarcar o interculturalismo e transnacionalismo, muitas vezes, por questões de sobrevivência num mundo em que, mediado pelas TICs, a virtualização ganha o status de produtora de vínculos cognitivos e produz uma dinâmica pela qual compartilhamos uma realidade.

Sabemos que uma vez imigrante, a pessoa está em constante deslocamento, ainda que tenha se estabelecido e criado raízes em outro território e nunca mais se mudado. Isso porque a bagagem cultural carregada e sua representação frente ao outro, dentro de tantos contrastes e de tantas misturas, será sempre estrangeira. Trata-se da dupla face da mesma realidade, pois o que chamamos de imigração (e que tratamos como tal em um determinado lugar e em uma determinada sociedade) é chamado em outro lugar e em outra sociedade de emigração (SAYAD, 1998).

Navegar por esses espaços virtuais foi como fazer uma viagem a todos esses países, uma vez que a internet nos proporcionou um contato direto com cada cultura, cada realidade, cada sistema de representação retratado por idiomas, conteúdos textuais, cores, elementos gráficos e visuais, sons, imagens etc, ou, resumidamente, por um discurso. E, se olharmos de forma mais cuidadosa, mesmo agrupando todos numa cate-

goria que denominamos “imigrantes estrangeiros”, identificar de onde procedem as coisas, as pessoas e as identidades foi uma tarefa, em muitos momentos, extremamente complexa. No entanto, pudemos observar em que medida e de que modo esses espaços – marcados pela diversidade virtual e mobilidade digital – formam a base material dos quadros de identificação dos grupos étnicos oriundos das diásporas transnacionais. Tal integração e interação do imigrante com o mundo não é estática, porque dessa relação do imigrante com o ambiente surgem possibilidades de recriações e, como lembra Canclini (2005), cada troca enriquece a condição da espécie, a transforma e lhe dá novo significado.

De maneira mais prática, observamos também que a *webdiáspora* se configura, dentro de processos migratórios, não só como um espaço transnacional e intercultural, mas como um recurso para interação e compartilhamento de vínculos sociais (reais ou imaginários, com o país de origem ou de destino), no qual fluxos de informação acabam não só por construir uma identidade diaspórica, mas por participar da negociação de direitos cidadãos e garantir a existência de um cidadão do mundo. Prova disso foram os resultados de todo conteúdo categorizado nos protocolos de pesquisa, conforme tabela abaixo:

Tabela 4

Categories	Africanos	Portugueses	Alemães	Italianos	Muçulmanos	Espanhóis (galegos)	Russos e ucranianos	Árabes	Andinos	Japoneses (Okinawanos)	Total
1. Projeto de imigração	6	32	7	35	0	0	0	2	4	12	98
2. Família e relações transnacionais	2	0	41	21	13	3	4	22	1	1	108
3. Vínculo informativo	26	50	0	100	3	9	19	22	60	278	567
4. Consumo e produção cultural	6	42	42	70	34	16	43	45	29	22	349
5. Aprendizado do idioma	0	1	6	11	2	9	2	1	2	2	36

6. Cidadania jurídica	7	10	0	88	0	7	0	0	15	8	135
7. Uso de mídias	0	16	0	0	2	1	0	1	0	0	20
8. Companhia e ócio	11	13	19	21	3	8	1	24	19	0	119
9. Participação política	5	23	0	2	2	1	3	19	14	0	69
10. Associativismo	3	16	0	5	14	7	4	17	14	0	80
11. Outros	21	79	39	68	6	39	14	28	20	1	315
Total	87	282	154	421	79	100	90	181	178	324	1896

Claro que, reconhecemos, que a categorização de grupos tão heterogêneos e nacionalidades distintas reunidas num só grupo (como, por exemplo, o caso dos Andinos e dos Africanos) pode não considerar suas particularidades. Nosso objetivo não é generalizar, e sim, reconhecer, dentro de categorias amplas, as especificidades de cada recorte da análise.

Assim, reconhecemos que os espaços analisados, ao privilegiar certas categorias, dão conta dessas novas experiências e da nova consciência dessas populações, que se estabelecem numa realidade transnacional. De acordo com Schiller, Basch e Blanc-Szanton (1992), tudo se concentra num processo por meio do qual os imigrantes constroem campos sociais que conectam, “linkam” seu país de origem e o país de acolhimento. Os imigrantes tornam-se então os “transmigrantes”, aqueles que desenvolvem e mantêm múltiplas relações – familiares, econômicas, sociais, organizacionais, religiosas e políticas – que se estendem além das fronteiras, estando conectados a duas ou mais sociedades ao mesmo tempo.

Vale ressaltar ainda que mesmo negociando e conectado a duas ou mais sociedades ao mesmo tempo, no caso migratório, não impera apenas o lado burocrático e funcional de fazer parte de um Estado – ainda que com todas as mudanças que o conceito de Estado-Nação implique atualmente –, e sim um sentimento de familiaridade e uma crença no pertencimento a uma comunidade imaginada, formada com laços de lealdade e identificação. Esta representação é fruto de um discurso que concebemos como sendo a cultura de um povo. É construído um passado

comum, ou seja, um universo simbólico em torno de uma determinada percepção de si mesmo é constantemente acionado (HALL, 2005). Essa “História nacional” é repetida e interiorizada por seus membros. Contudo, o que a fachada de comunhão esconde são as diferenças e cisões dentro da unidade nacional, além de diferenças históricas. Foi o que aconteceu, por exemplo, quando agrupamos chilenos, colombianos, peruanos e bolivianos na *webdiáspora* Andina; ou ainda quando falamos de galegos e espanhóis como um único grupo.

O fato é que, no momento em que o deslocamento passa a ser uma constante e o desenvolvimento dos meios de comunicação oferece possibilidades de conexão nunca antes imaginadas, os imigrantes são o símbolo maior do transnacionalismo e do interculturalismo que sempre esteve presente, mas que se torna, agora, cada vez mais visível.

Referências

- AMORIM, Nayara. **A integração dos imigrantes sírios e libaneses no cenário urbano brasileiro**. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – UFU, 2010.
- APPADURAI, A. **Dimensões culturais da globalização**. Lisboa, Teorema, 2004.
- BAENIGER, Rosana. **O Brasil no contexto das migrações internacionais da América Latina**. In: Populações e políticas sociais no Brasil: os desafios da transição demográfica e das migrações internacionais. Brasília: Centro de Gestão e Estudos Estratégicos, 2008.
- BAENIGER, Rosana; FÁVARI, Flávia. **Imigração Peruana em São Paulo**: elementos comparativos com a imigração boliviana. Projeto de Iniciação Científica. Campinas: Núcleo de Estudos de População-Nepo/Unicamp; Fapesp; CNPq. Disponível em: <<http://www.prp.rei.unicamp.br/pibic/congressos/xixcongresso/paineis/081415.pdf>>. Acesso em: 22 Ago. 2014.
- BÁLSAMO, Pillar Uriarte; ETCHEVERRY, Daniel. Tecnologias da comunicação y reconfiguração de identidades em processos migratórios entre África Ocidental, Europa e o Cone Sul. In: COGO, Denise; ELHAJJI, Mohammed; HUERTAS, Amparo (Eds.). **Diásporas, migrações, tecnologias da comunicação e identidades transnacionais**. Balaterra: Instut de la Comunicació Universitat Autònoma de Barcelona, 2012. Disponível em: http://oestrangero DOT org files WORDPRESS com/2013/03/diaporas_migraciones_tic_identidades1.pdf. Acesso em: 12 Abr. 2013.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BRIGNOL, Liliane Dutra. **Migrações transnacionais e usos sociais da Internet: identidade e cidadania na diáspora latino-americana**. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). São Leopoldo, 2010.
- BERTONHA, J. F. **Os Italianos**. São Paulo: Editora Contexto, 2005.

BYTSENKO, Anastassia. **Imigração da Rússia para o Brasil no início do século XX.**

Visões do paraíso e do inferno. Dissertação (Mestrado em Literatura e Cultura Russa) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8155/tde-12112007-132926/>. Acesso em: 13 Set. 2014.

CANCLINI, Néstor García. **Diferentes, Desiguais e Desconectados:** mapas da interculturalidade. Rio de Janeiro: UFRJ, 2005.

CARDOSO, Gustavo. **A mídia na sociedade em rede.** Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** A era da informação. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

COGO, Denise. Cidadania comunicativa das migrações transnacionais: usos de mídias e mobilização social de latino-americanos. In: COGO, Denise; ELHAJJI, Mohammed; HUERTAS, Amparo (Eds.). **Diásporas, migrações, tecnologias da comunicação e identidades transnacionais.** Balaterra: Instut de la Comunicació Universitat Autònoma de Barcelona, 2012. Disponível em: http://oestrangeriodotorg.files.wordpress.com/2013/03/diaporas_migraciones_tic_identidades1.pdf. Acesso em: 12 Abr. 2013.

COHEN, Otavio; CARDIN, Itamar. **República Imigrante do Brasil.** Disponível em: <<http://super.abril.com.br/multimedia/república-imigrante-brasil-683294.shtml>>. Acesso em: 22 Set. 2014.

CONDE, Ana Paula. Galícia: da emigração à diáspora. In: FERREIRA, Marieta de Moraes (org.). **Memória e identidade Nacional.** Rio de Janeiro: Faperj/FGV, 2010. pp.283-302.

CORREA, R. **Muçulmanos no Brasil:** das caravelas e navios negreiros às linhas aéreas. O Estrangeiro. Disponível em: <http://oestrangeiro.org/2013/09/07/muculmanos-no-brasil-das-caravelas-e-navios-negreiros-as-linhas-aereas/>. Acesso em: 19 Mar. 2014.

DANIEL, Camila. **P'A crecer en la vida: a experiência migratória de jovens peruanos no Rio de Janeiro.** Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio). Rio de Janeiro, 2013.

DUARTE, Pedro Russi; DUTRA DA S. Delia. Lecturas y significados: vivencias mediáticas de mujeres peruanas, trabajadoras domésticas, en Brasilia. In: COGO, Denise; EL-HAJJI, Mohammed; HUERTAS, Amparo (Eds.). **Diásporas, migrações, tecnologias da comunicação e identidades transnacionais**. Balaterra: Instut de la Comunicació Universitat Autònoma de Barcelona, 2012. Disponível em: http://oestrangero DOT org.files.wordpress.com/2013/03/diaporas_migraciones_tic_identidades1.pdf. Acesso em: 12 Abr. 2013.

DIMINESCU, Dana. “The concept”. Programme TIC Migrations, **Fondation de la Maison des Sciences de l’Homme**, 2012. Disponível em: <http://www.e-diasporas.fr>. Acesso em: 10 Mar. 2014.

_____. “Présentation”. **Réseaux**, 2010/1, n°159, pp.9-13. Disponível em: <http://www.cairn.info/revue-reseaux-2010-1-page-9.htm>. Acesso em: 10 Mar. 2014.

EL-HAJJI, Mohammed. La diaspora maghrébine à Montréal face aux aléas de l’interculturel: le rôle des médias locaux,transnationaux et communautaires. **Revista Româna de Comunicare si Relatii Publice**, v. 14, p. 85-100, 2012.

_____. Montreal: Conexões transnacionais / Ruídos interculturais. In: COGO, Denise; EL-HAJJI, Mohammed; HUERTAS, Amparo (Eds.). **Diásporas, migrações, tecnologias da comunicação e identidades transnacionais**. Balaterra: Instut de la Comunicació Universitat Autònoma de Barcelona, 2012. Disponível em: http://oestrangero DOT org.files.wordpress.com/2013/03/diaporas_migraciones_tic_identidades1.pdf. Acesso em: 10 Abr. 2013.

ESCUADERO, Camila. A construção e organização da webdiáspora. In: **3º Encontro Regional Sudeste de História da Mídia - Mídia e Memórias do Autoritarismo – GT 7: História da Mídia Alternativa. Anais...** Rio de Janeiro: UFRJ, 2013.

_____. **Imprensa de comunidades imigrantes de São Paulo e identidade**: estudo dos jornais ibéricos Mundo Lusíada e Alborada. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo, 2007.

_____. Os jornais de imigrantes guardados na Biblioteca Nacional. In: **XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom. Anais...** Foz do Iguaçu: Centro Universitário UDC, 2014.

- _____. Migrações brasileira e argentina em espaços interculturais e transnacionais mediados pelas TIC's. In: **IV Colóquio Argentina-Brasil de Ciências da Comunicação. Anais...** Rio Cuarto: Universidad Nacional de Rio Cuarto, 2013.
- FERREIRA, Zilneide O. O investimento direto externo espanhol no Brasil e as relações hispano-brasileiras (1995-2005). Biblio 3W. **Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales**. Universidade de Barcelona: vol. XVII, N.970, 5 de abril de 2012. Disponível em: <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-970.htm>. Acesso em: 17 Maio 2014.
- FONSECA JR., Wilson Corrêa da. Análise de conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2011.
- FREIRE, G. **Casa Grande & Senzala**. São Paulo: Global Editora, 2006.
- G1. *Número de imigrantes cresceu 86,7% em dez anos no Brasil, diz IBGE*. São Paulo: G1, 2012. Disponível em: <http://g1.globo.com/brasil/noticia/2012/04/numero-de-imigrantes-cresceu-867-em-dez-anos-no-brasil-diz-ibge.html>. Acesso em: 17 Maio 2014.
- GUERIOS, Paulo Renato. **As condições sociais de produção das lembranças entre imigrantes ucranianos**. Rio de Janeiro, v.14, n.2, 2008. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=So104-93132008000200004&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 10 Set. 2014.
- HALL, Stuart. **Da Diáspora** – Identidades e Mediações Culturais. Belo Horizonte: UFMG, 2003.
- _____. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2005.
- Italianos – Brasil: 500 anos de povoamento. IBGE. Disponível em <http://brasil500anos.ibge.gov.br/territorio-brasileiro-e-povoamento/italianos>. Acesso em: 10 out. 2014.

KALY, Alain Pascal. À procura de oportunidades ou desembarque por engano – Migrações de africanos para o Brasil. In: PAIVA, Odair da Cruz (org.). **Migrações Internacionais** – Desafios para o século XXI. São Paulo: Memorial do Imigrante, 2007.

KARAM, John Tofik. **Um Outro Arabesco**. Etnicidade sírio-libanesa no Brasil neoliberal. São Paulo: Editora Martins. 2009.

LESSER, Jeffrey. **A negociação da identidade nacional** – Imigrantes, minorias e a luta pela etnicidade no Brasil. São Paulo: Unesp, 2001.

MATTELART, Tristan. Les diasporas à l'heure des technologies de l'information et de la communication: petit état des savoirs. In: MATTELART, Tristan (org.). TIC & DIASPORAS. Revista Tic & Societé. Vol. 3, n° 1-2, 2009. Disponível em: <http://ticetsociete.revues.org/587>. Acesso: janeiro, 2014.

_____ (Org.). TIC & DIASPORAS. Revista Tic & Societé. Vol. 3, n° 1-2, 2009. Disponível em: <http://ticetsociete.revues.org/587>. Acesso: janeiro, 2014.

MONNIER, Angeliki Koukoutsaki. “Universalismes virtuels de la diaspora grecque”. In: COGO, Denise; ELHAJJI, Mohammed; HUERTAS, Amparo (Eds.). **Diásporas, migrações, tecnologias da comunicação e identidades transnacionais**. Balaterra: Instut de la Comunicació Universitat Autònoma de Barcelona, 2012. Disponível em: http://oestrangeriodotorg.files.wordpress.com/2013/03/diaporas_migraciones_tic_identidades1.pdf. Acesso em: 10 Jun. 2014.

PANORAMA Migratorio de América del Sur 2012. **Organização Internacional de Migração para América do Sul**. Buenos Aires: 2012. Disponível em: http://www.iom.int/files/live/sites/iom/files/pbn/docs/Panorama_Migratorio_de_America_del_Sur_2012.pdf. Acesso em: 12 Maio 2013.

NOVAES, Mariana. **Os Galegos da Galícia no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro, 2012.

MEIRELES, Ana. **Entre 100 a 120 mil portugueses emigraram este ano**. Disponível em: http://www.dn.pt/inicio/portugal/interior.aspx?content_id=3601087. Acesso em: 17 Maio 2014.

MigraMundo. Para mostrar uma nova Itália e integrar italianos e ítalo-brasileiros. Disponível em: < <http://migramundo.com/2014/10/21/para-mostrar-uma-nova-italia-e-integrar-italianos-e-italo-brasileiros/>>. Acesso em: 10 Out. 2014.

MIRANDA, Joana de Paula Cidade. **Deutschum no Brasil**: imigração, identidade e mídia étnica alemã. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2008.

PRINZ, Vanessa. **Imagine Migration**: The The Migration Process and its Destination Europe in the Eyes of Tanzanian Students. ÖFSE, 2011. Disponível em: <http://www.oefse.at/Downloads/publikationen/foren/Forum28.pdf>. Acesso em: 12 Maio 2013.

OLIVEIRO, Maria Coleta F. A. de. **A Imigração italiana para o Brasil e as Cidades**. Campinas : UNICAMP, Núcleo de Estudos de População, 1992.

RODRIGUES, Ondina Antonio. **Imigração portuguesa no Brasil**. São Paulo: Governo do Estado de São Paulo, Secretaria de Estado da Cultura, Departamento de Museus e Arquivos, Memorial do Imigrante / Museu da Imigração, 2003. Série resumos, nº 5, 3ª ed.

SALGADO, Daniel. **Panorama atual da imigração boliviana**. O Estrangeiro. Disponível em: <<http://oestrangeiro.org/2013/08/28/panorama-atual-da-imigracaoboliviana/>>. Acesso em: 08 Ago. 2014.

SILVA, Sidney Antônio da. Bolivianos em São Paulo. Dinâmica cultural e processos identitários. In: BAENINGER, Rosana (Org.). **Imigração Boliviana no Brasil**. Campinas: Núcleo de Estudos de População-Nepo/Unicamp; Fapesp; CNPq; Unfpa, 2012.

SILVA, Sidney Antônio da. *Hispânico e latino* – Faces de um processo identitário entre imigrantes sul-americanos em São Paulo. In: PAIVA, Odair da Cruz (org.). **Migrações Internacionais** – Desafios para o século XXI. São Paulo: Memorial do Imigrante, 2007.

SAYAD, Abdelmalek. **A imigração**. São Paulo: USP, 1998.

SAKURAI, Célia. Imigração japonesa para o Brasil. Um exemplo de imigração tutelada – 1908-1941. In: **XXII Encontro Nacional da ANPOCS**, GT-9 Migrações Internacionais. **Anais...** Outubro de 1998, Caxambu-MG.

SARMIENTO, E. **O outro Ríó**: A emigração galega a Ríó de Xaneiro. Santa Comba: TresCTres Editores, 2006.

SCOPSI, Claire. **Les sites web diasporiques : un nouveau genre médiatique?** In: MATTELART, Tristan (org.). TIC & DIASPORAS. Revista Tic & Societé. Vol. 3, n° 1-2, 2009. Disponível em: <http://ticetsociete.revues.org/587>. Acesso: janeiro, 2014.

SCHILLER, Nina Glick; BASCH, Linda; BLANC-SZANTON, Cristina. Transnationalism – A new analytic framework for understanding migration. In: **Annals New York Academy of Science**, vol. 645, p.1-24. New York: 1992. Disponível em: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1749-6632.1992.tb33484.x/abstract>. Acesso em: 15 Mar. 2013.

SEYFERTH, Giralda. Colonização e Política Imigratória no Brasil Imperial. **Trabalho apresentado no Seminário Internacional “Políticas Migratórias”**, Idesp, 2000.

SILVA, Ana Rute; CRISÓSTOMO, Pedro; MARTINS, Raquel. **Desemprego desce há nove meses consecutivos**. Disponível em: <http://www.publico.pt/economia/noticia/desemprego-desce-ha-nove-meses-consecutivos-1618835#/o> . Acesso em: 17 Maio 2014.

TRUZZI, Oswaldo. **Sírios e Libaneses**: Narrativas de história e cultura. São Paulo: Cia. das Letras, 1997.

_____. **Patrícios**: Sírios e Libaneses em São Paulo. Bauru: Unesp, 2008.

WEBER, R. **Galegos no sul do Brasil**: alternativas na América. Anos 90. v.17, n.31.jul. 2010. p.78-108 [ISSN 0104-236X; E-ISSN 1983-201X – B1]. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/index.php/anos90/index> . Acesso em: 15 Abr. 2014.

A Editora Fi é especializada na editoração, publicação e divulgação de pesquisa acadêmica/científica das humanidades, sob acesso aberto, produzida em parceria das mais diversas instituições de ensino superior no Brasil. Conheça nosso catálogo e siga as páginas oficiais nas principais redes sociais para acompanhar novos lançamentos e eventos.



www.editorafi.org
contato@editorafi.org